Profeco

Revista del
CONSUMIDOR

Procuraduría Federal del Consumidor • México • Número 335 • Enero 2005 • www.profeco.gob.mx • $ 20.00 • ISSN 0185-8874

El Laboratorio reporta
SALCHICHAS
de qué están hechas

***Pants*: los más cómodos, los mejores**

PRODUCTOS MILAGRO
¿Bajar de peso o de pesos?

GIMNASIOS
Póngase en forma

Trastornos alimenticios:
- Anorexia
- Bulimia
- Atracón

GRATIS
Tecnología Doméstica y Platillo Sabio Profeco coleccionables

Soufflé de pollo

Casa nueva con **vicios** ocultos. La ley lo protege...

Sumario

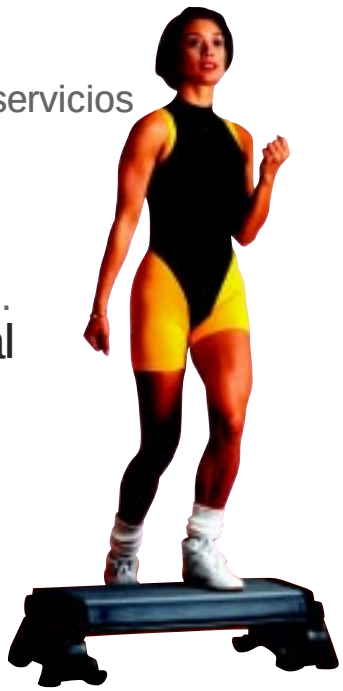
4
Buzón del lector

6
Miscelánea del consumo

12
Alerta al consumidor
Le advertimos sobre cuatro problemas

14
Entrega especial
Productos milagro para adelgazar

28
Radiografía de los servicios
Gimnasios



52
Qué hay detrás de...
Sus derechos al comprar casa

58
El monedero
Seguridad de tarjetas de crédito

62
Herbolaria
Pericón

66
A su salud
Trastornos de la alimentación

72
Alimentación y nutrición
Pan

76
Pequeños consumidores
Tolerancia

78
Yo, consumidor

80
Avances

Revista del CONSUMIDOR
Enero 2005, Núm. 335

36
Pants
El Laboratorio Profeco reporta

44
Salchichas
El Laboratorio Profeco reporta

64 Suplemento

***Soufflé* de pollo**
Platillo Sabio Profeco

Jabón de avena
Tecnología Doméstica Profeco

Directorio

Procurador Federal del Consumidor
Carlos Arce Macías

Coordinador General de Educación y Divulgación
Luis Mariano Acévez Estrada

Directora General de Difusión
Mónica Braun Guillén

Revista del CONSUMIDOR

Director Editorial
Mateo Miguel García

Directora de Arte y Diseño
Norma Patiño Domínguez

Directora de Contenidos
Jacqueline Ruiz Gómez

Coordinadora Editorial
Alejandra Sánchez Plascencia

Jefe de Información
José Armando Aguilar Pérez

Reportera
Sandra Sandoval Flores

Colaboradores
Inés Marrón G.
Rodrigo Morales Argüello
José Trinidad Camacho (Trino)

Editor Gráfico
Javier Caballero Sandoval

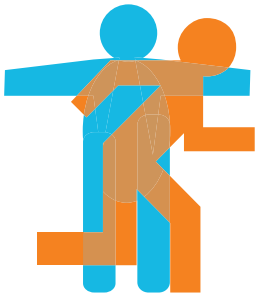
Jefe de Diseño
Víctor M. Gutiérrez García

Diseño
Mónica Miranda Villalba
Alfonso J. Solís Loza
Roberto Paz Amaya

Fotógrafo
José Rodríguez

Corrección
Luis Amador Valdez Vázquez

Consejo Editorial
Carlos Arce Macías
Luis Mariano Acévez Estrada
Miguel Ángel Arreola Roque
Marco Antonio Flores Sánchez
Gabriela Hernández Cardoso
Juan Carlos Leal Sosa
Raúl García Moreno Elizondo
Jacoba Niembro Tapia
José Rodrigo Roque Díaz



Año nuevo, propósitos reales

Comenzamos un nuevo año y con él es tradicional que todos nos planteemos buenos propósitos a realizar en los próximos meses. Uno de los más frecuentes es bajar de peso, y a ello hay que dedicarle tiempo y esfuerzo; es necesario visitar al nutriólogo para que nos dé una dieta balanceada y diseñe un plan de ejercicio que podamos cumplir. Así, en caso de que ésta sea una de sus metas, no pierda el tiempo utilizando productos milagro que le prometen maravillas sin ningún sustento científico y con escasos resultados. Al respecto, preparamos un artículo especial donde le revelamos por qué la gente consume productos milagro para adelgazar, aunque ese "milagro" no dé resultados fiables y duraderos a los consumidores.

Por otro lado, en la *Revista del Consumidor* renovamos nuestro compromiso con usted y todos los consumidores, y le presentamos algunas secciones nuevas, que esperamos sean de su agrado.

De parte de todo el equipo de Profeco, reciba nuestros mejores deseos para este 2005.

Comentarios y sugerencias: José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, delegación Cuauhtémoc; al apartado postal 20600, México, D. F.; o vía internet: rconsumidor@profeco.gob.mx
Teléfono 5568-8722 / Fax 5553-0574
Publicidad institucional: 5211-7419

CRÓNICAS DE UN CONSUMIDOR COMPULSIVO
POR: TRINO
QUÍTESE LA LONJA SIN MATARSE EN EL GIMNASIO Y SIN PASAR HAMBRE... SIGA ESTE TRATAMIENTO DIET-AMALÓN...
PARA QUE USTED ACABE CON ESE TAMAL QUE LLEVA DENTRO, LLAME AHORA AL NÚMERO EN PANTALLA!
TÍT TUT TÍT
01800-TAMA
¿BUENO? OIGA, ACABO DE VER SU ANUNCIO Y QUIERO BAJAR DE PESO, AHORA CON LAS POSADAS SUBÍ COMO SEIS KILOS
¡PUES HA LLAMADO AL SITIO CORRECTO, NUESTRO EXCLUSIVO SISTEMA PARA ADELGAZAR LE AYUDÓ A LA ACTRIZ DE BRIDGET JONES!
OIGA ¿Y ES MUY CARO ESTE TRATAMIENTO?
PARA NADA, PORQUE LOS PRIMEROS TRES MESES SON GRATIS
¿O SEA QUE ME VAN A REGALAR EL PRODUCTO HASTA QUE VEA RESULTADOS?
¡CLARO! Y SE LO LLEVAMOS HASTA LA PUERTA DE SU CASA...
..SÓLO TIENE QUE PAGAR LOS GASTOS DE ENVÍO
OKEY, MÁNDEME EL PEDIDO Y YO PAGO EL ENVÍO
¡LA PROMOCIÓN ES VÁLIDA SÓLO HOY!
DÍAS MÁS TARDE...
¿DÍGA?
¡LE TRAIGO SU PEDIDO, TRES MESES DE TRATAMIENTO DIET-AMALÓN
SON $985.00 PESOS MÁS IVA
¡WHAT? ¡PERO DIJERON QUE ERA GRATIS!
EL PRODUCTO SÍ ES GRATIS, EL COBRO ES POR LOS GASTOS DE ENVÍO
¡CASI MIL PESOS!
ES QUE EL TRATAMIENTO ES FABRICADO EN LOS LABORATORIOS TRI-PAI-C-K EN MALASIA
¿TRIPASECA? ¡NO LO QUIERO!
¡PUES LO TIENE QUE PAGAR PORQUE EL ENVÍO YA LLEGÓ... Y GRABAMOS SU VOZ... USTED DIJO QUE PAGABA EL ENVÍO!
¡MMF!
¡AQUÍ ESTÁ... YO SOY HOMBRE DE PALABRA, PERO ESTO ES UN ATROPELLO!
¡SIENTO COMO UN VACÍO EN EL ESTÓMAGO!
¿QUÉ? ¡TODAVÍA NI TOMA EL TRATAMIENTO Y YA SIENTE VACÍO... SIN ESOS BILLETES EN SU CARTERA UD. SE VE MENOS NALGÓN!
TRINO

Su opinión es importante

Envíenos sus comentarios sobre la *Revista del Consumidor* a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F., o por internet a rconsumidor@profeco.gob.mx

Esperamos sus cartas

Felicitaciones de aniversario

Los Pinos, 8 de noviembre de 2004

Señor Carlos Arce Macías
Procurador
Procuraduría Federal del Consumidor
Presente

Reciba en estas líneas mi especial reconocimiento y mis más sinceras felicitaciones por el 28 aniversario de la *Revista del Consumidor.*

La Revista, durante todos estos años, ha proporcionado al consumidor información seria y confiable, presentada de manera clara y accesible, en virtud de la gran calidad de su diseño.

Hago extensiva esta felicitación a todo el equipo que hace posible la publicación.

Rubén Aguilar Valenzuela
Coordinador General de
Comunicación Social
de la Presidencia

H. Puebla de Zaragoza a 1 de noviembre de 2004

Lic. Mónica Iliana Braun Guillén
Directora General de Difusión
Revista del Consumidor
Presente

A través de estas líneas me es grato expresarle mis sinceras felicitaciones y mis mejores deseos con motivo del 28 aniversario de la *Revista del Consumidor,* pidiéndole atentamente los compartan con su excelente y profesional equipo.

Reciba un cordial saludo.

Lic. Melquiades Morales Flores
Gobernador Constitucional
del Estado de Puebla

México, D. F., 1 de noviembre de 2004

Lic. Mónica Iliana Braun Guillén
Directora General de Difusión
Procuraduría Federal del Consumidor
Presente

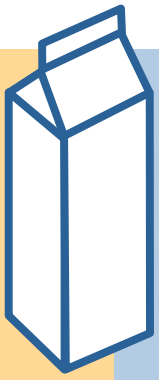
Me complace hacerle llegar mis más sinceras felicitaciones con motivo de la celebración del 28 aniversario de la *Revista del Consumidor.*

Desde hace casi tres décadas, la Procuraduría Federal del Consumidor ejerce su compromiso de informar y orientar a la ciudadanía para ejercer sus derechos y defenderlos ante los abusos de productores y comerciantes.

Les deseo continúen con este esfuerzo decidido en beneficio de los consumidores. La ocasión es propicia para ofrecer a ustedes las muestras de mi consideración distinguida.

Lic. Rafael Macedo de la Concha
Procurador General de la República

¿Buena leche?



Quisiera saber si tienen un estudio de calidad de leches, en especial de la marca Real de Tizayuca en comparación con las marcas Alpura y Lala. Muchas gracias por su atención.

Alberto Martínez Castillo

En nuestro número de diciembre de 2004 publicamos el último estudio de calidad realizado por nuestro laboratorio a las leches fluidas, fórmulas lácteas y productos lácteos combinados. Para consultarlo, acuda al Centro de Documentación (Cedic), ubicado en José Vasconcelos 208, P.B., colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F. o en cualquier delegación Profeco. También puede consultarlo en nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx

Tecnología para mascotas

¡Hola! Tengo una duda, ¿existe alguna Tecnología Doméstica Profeco para preparar alimento para mascotas, que sea económica y nutritiva? Si no la han hecho, creo que sería una gran idea. Agradezco su atención.

Máximo Martínez

Lamentamos informarle que no tenemos ninguna Tecnología Doméstica de alimento para mascotas, pues los animales requieren una alimentación balanceada que incluya los nutrientes que su organismo necesita conforme a su especie, edad, raza, etcétera. Le recomendamos consultar a su veterinario para que lo oriente acerca de las necesidades nutrimentales de su mascota.

Si quiere conocer el último estudio de calidad realizado por nuestro laboratorio a los alimentos para mascotas, consúltelo en nuestro número de septiembre de 2002 en el Cedic (ubicado en José Vasconcelos 208, P.B., colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F.), cualquier delegación Profeco o en nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx.

Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora de **Proyección de Saldos**
- La **AFORE** en la que estás **registrado o asignado.**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

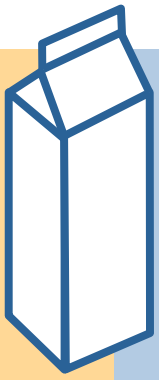
Teléfonos:
01800 • 5000 747
5269 • 0205

Horario de Atención

Asesoría personalizada de **Lunes** a **Viernes** de 9:00 a 19:00 hrs.

Servicio automático de **Calculadora,** e **información sobre tu cuenta asignada** o **registrada**, las **24 hrs.** del día los **365 días** del **año.**

¿Buena leche?



Quisiera saber si tienen un estudio de calidad de leches, en especial de la marca Real de Tizayuca en comparación con las marcas Alpura y Lala. Muchas gracias por su atención.

Alberto Martínez Castillo

En nuestro número de diciembre de 2004 publicamos el último estudio de calidad realizado por nuestro laboratorio a las leches fluidas, fórmulas lácteas y productos lácteos combinados. Para consultarlo, acuda al Centro de Documentación (Cedic), ubicado en José Vasconcelos 208, P.B., colonia Condesa, C. P. 06140, México D. F. o en cualquier delegación Profeco. También puede consultarlo en nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx

Tecnología para mascotas

¡Hola! Tengo una duda, ¿existe alguna Tecnología Doméstica Profeco para preparar alimento para mascotas, que sea económica y nutritiva? Si no la han hecho, creo que sería una gran idea. Agradezco su atención.

Máximo Martínez

Lamentamos informarle que no tenemos ninguna Tecnología Doméstica de alimento para mascotas, pues los animales requieren una alimentación balanceada que incluya los nutrientes que su organismo necesita conforme a su especie, edad, raza, etcétera. Le recomendamos consultar a su veterinario para que lo oriente acerca de las necesidades nutrimentales de su mascota.

Si quiere conocer el último estudio de calidad realizado por nuestro laboratorio a los alimentos para mascotas, consúltelo en nuestro número de septiembre de 2002 en el Cedic (ubicado en José Vasconcelos 208, P.B., colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F.), cualquier delegación Profeco o en nuestro sitio en internet: www.profeco.gob.mx.

Centro de Atención Telefónica del SAR

Aclara tus dudas sobre el
Sistema de Ahorro para el Retiro

Te daremos orientación y asesoría sobre:

- El **Sistema de Ahorro para el Retiro**
- Comisiones que **cobran las AFORES**
- Rendimientos (ganancias) que otorgan las **AFORES**
- Calculadora de **Proyección de Saldos**
- La **AFORE** en la que estás **registrado o asignado.**
  (Para este punto es necesario que tengas a la mano tu número de Afiliación al IMSS, que puedes consultar en la hoja rosa, credencial azul y blanca, o directamente en la empresa donde laboras).

Teléfonos:
01800 • 5000 747
5269 • 0205

Horario de Atención

Asesoría personalizada de **Lunes** a **Viernes** de 9:00 a 19:00 hrs.

Servicio automático de **Calculadora,** e **información sobre tu cuenta asignada** o **registrada**, las **24 hrs.** del día los **365 días** del **año.**

Por Rodrigo Morales Argüello

Foto José Rodríguez

Alebrijes tristes

Usted conoce seguramente los alebrijes, esas bellísimas artesanías oaxaqueñas que hace unas décadas se pusieron muy de moda en México y en el mundo. Pues bien, en parte por la disminución de turismo estadunidense a la entidad, pero también porque el producto no recibe mayor aprecio en su propio país, estas originales piezas artesanales están amenazadas y podrían dejar de producirse, según declaró un artesano oaxaqueño al periódico *Reforma*.

Así que ya sabe, al comprar un alebrije, no sólo adquiere o regala un producto ciento por ciento mexicano, sino que preserva su identidad de la llamada "erosión cultural".

Foto Archivo

La cocina mexicana, ¿patrimonio de la Humanidad?

Tras la solicitud enviada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de México, en enero de este año, 2005, la UNESCO decidirá si otorga a la comida mexicana el rango de Patrimonio Cultural de la Humanidad, distinción que nunca se ha otorgado en su género.

Esta nueva e importante distinción se sumaría a los 24 sitios arqueológicos y ciudades mexicanas ya reconocidos, además de la celebración del Día de los Muertos, que ya es patrimonio inmaterial de la humanidad.

Enhorabuena por la distinción que puede honrarnos a todos, y felicidades por el esfuerzo de quienes llevaron a cabo la iniciativa.

Dale, dale, dale... a la "teibolera"

Al parecer la moda de los *table-dance* rebasa ya los límites de tal "recreación". La novedad: ya se venden en Monterrey, Nuevo León, a 250 pesos, piñatas de muñecas poco vestidas que, al más puro estilo "teibolero", se sostienen de un tubo ubicado a sus espaldas.

¡Vaya con esta regresión masculina! Habrá que esperar ahora con qué responden las mujeres.

Foto Archivo

Mininos hipoalergénicos

Si a usted le encantan los gatos pero no puede tenerlos porque le producen alergia, una buena noticia: según el periódico *Reforma*, en unos años podrá tener un minino genéticamente modificado, que no le provocará la menor reacción alérgica. Bueno, al parecer, eso promete la empresa estadunidense Allerca, que en el 2007 lanzará al mercado sus felinos transgénicos.

La mala noticia es que dichos micifuces costarán unos 3 mil 500 dólares (alrededor de 38 mil pesos). ¡Ah!, pero eso sí, la empresa alega que su precio es módico, si se tienen en cuenta "los costos de los tratamientos causados por una alergia". ¿Será?

La barbacoa, de carne importada

Ahora resulta que, de cada diez tacos de barbacoa que alegremente comemos los mexicanos, ocho están hechos de carne congelada... de borrego australiano, según reportó el consejero comercial de la Embajada Australiana, Paul Mirtens, al periódico *El Financiero*.

De no reaccionar, ¡no tardaremos en consumir tamales chinos!

En sus manos está el poder de elegir y consumir mejor

Ley Federal de Protección al Consumidor

Más y mejor protección para todos

Con la reforma integral a la Ley Federal de Protección al Consumidor, usted tiene más poder.

¡Profeco lo respalda!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Foto Archivo

Miniseries en su celular

Los adictos a la telefonía celular y a sus llamados valores agregados (correo electrónico, cámara integrada, etc.), pronto podrán gozar de un servicio más: ver episodios de miniseries en la pantalla de su aparato.

Lanzados en Inglaterra, la empresa hollywoodense Fox inició este mes sus *mobisodes*, episodios en teléfono móvil de la exitosa serie televisiva 24, mismos que puede seguir el propietario de un modelo de alta velocidad.

El robot, felicidad del hogar

Para las futuras generaciones, las peleas de las actuales parejas jóvenes acerca de quién debe hacer el quehacer no será más un problema. Y es que, entre los diversos robots que ya se venden en el mundo, el número destinado a realizar tareas domésticas se incrementa, y sus precios tienden a bajar significativamente, según el Estudio Anual de Robótica Mundial que difundió la ONU recientemente. Por lo pronto, aunque todavía muy caros, ya los hay que cortan el pasto, aspiran, trapean y limpian ventanas.

Ojalá y pronto bajen de precio y se puedan encontrar fácilmente en cualquier tienda de México, en nombre de la más elemental paz conyugal.

Foto José Rodríguez

A donde fueres, come lo que vieres

Sabido es que en México hay infinidad de sabores, colores e ingredientes para helados, nieves y paletas. Desde los tradicionales de vainilla y chocolate, hasta de sabores como elote, aguacate o flores.

Pues resulta que nos quedamos cortos en exotismo, pues en Japón, una de las más prestigiosas cadenas de helados, la Ice Cream City, ofrece al público helados de grasa de ballena (llamado "el que hace llorar"), de aleta de tiburón, de ostión, de agua de mar, de lengua de res y ¡hasta de carne de caballo cruda! ¿Se le abrió el apetito?

Foto Archivo

Pedaleando contra la parálisis

Quienes hoy padecen de parálisis en las piernas, mañana podrían pasear o transportarse en bicicleta. Y es que científicos británicos diseñaron una "tricicleta" que utiliza diodos eléctricos para estimular las extremidades inferiores, logrando que éstas se muevan para así poder pedalear.

Además de la recreación e independencia que ofrecerá al usuario, el invento resultará un excelente medio para favorecer la rehabilitación, al mejorar la circulación sanguínea, combatir la pérdida de hueso y tonificar los músculos de piernas y abdomen. Este diseño se exhibió en una feria de ingeniería en Londres y es posible que se venda en Inglaterra dentro de un año.

Llavero apaga-teles

Parece que a mucha gente la omnipresencia de la televisión no le hace ninguna gracia, al menos eso hace pensar el éxito de un nuevo producto que reporta una demanda internacional extraordinaria: el TV-B-Gone (Tele "ahí te ves"). Se trata de un control remoto con apariencia de un inofensivo portallaves, que por 15 dólares (unos 170 pesos) tiene la capacidad de apagar hasta mil modelos diferentes de televisores, en un radio que podría abarcar un aeropuerto entero, con sólo oprimir un botón.

Lo malo es que también los puede encender. Bien dicen que nada es perfecto.

Foto José Rodríguez

Dime dónde compras... y te diré cuánto ahorras

Quién es quién en los precios

El servicio que le ayuda a comprar mejor

Captamos semanalmente los precios de cientos de productos en una amplia red de establecimientos en 23 ciudades del país, para que usted pueda comprar mejor.

Consulte la información de Quién es Quién en los Precios:

- En el Teléfono del Consumidor: 01-800-4568-8722
- Visitando nuestra página electrónica: www.profeco.gob.mx
- Solicitando un folleto gratuito en las delegaciones **Profeco** del área metropolitana
- Además, con nuestro nuevo Sistema Interactivo, en Internet, arme su canasta básica y vea en qué establecimiento de la Ciudad de México ahorrará más.

Para ahorrar y comprar mejor,
¡compare precios!

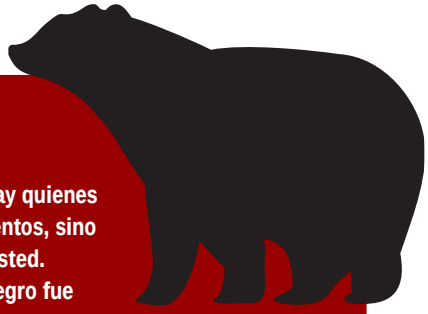
Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

Foto archivo

Millonarios del más allá

Ciertos difuntos famosos logran lo que todos los vivos quisieran: hacerse cada vez más ricos. Según la revista *Forbes*, las fortunas de Elvis Presley, Charles Schulz (creador de Snoopy), JRR Tolkien (autor de *El señor de los anillos*) y John Lennon, no han dejado de crecer y seguirán haciéndolo mientras sus obras sigan gozando de fama y nosotros sigamos consumiéndolas. Claro que los ganones son sus herederos. Para que se haga una idea: con Presley se recaudan cada año 40 millones de dólares; con Schultz, 35 millones; y con Lennon 21 millones.

Qué oso



Contra lo que muchos especialistas sostienen, hay quienes afirman que los animales no sólo tienen sentimientos, sino también gustos muy particulares. Si no, juzgue usted.

La agencia de noticias AFP reportó que un oso negro fue descubierto en completo estado de ebriedad en un parque nacional del noroeste de Estados Unidos, luego de haber saqueado una hielera de unos campistas y haberse bebido ¡36 latas de cerveza! Lo curioso es que, según el personal forestal, el animal mostró una clara predilección por una de las dos marcas que halló, pues habiendo abierto y probado una Busch, la desechó y sólo le entró a las Rainer.

Hay materia ahí para hacer un comercial, ¿no cree?

¡Felicidades!

El pasado 14 de diciembre de 2004 se llevó a cabo la ceremonia del II Premio Nacional de Periodismo para la Salud, convocado por los laboratorios médicos Merck Sharp & Dohme de México, durante la cual nuestra colaboradora Yureli Cacho Carranza recibió de manos del Secretario de Salud, Dr. Julio Frenk Mora, y del Director General de MS&D, Dr. José Luis Román, una mención honorífica por el texto "Depresión, cuando la vida pierde sentido", publicado en la edición de julio de 2004 de esta revista. Tal distinción nos honra porque corrobora la dedicación de nuestros reporteros y la calidad de los textos que publicamos. ¡Enhorabuena!

¡Pídale cuentas al gobierno!

¿Quiere saber cuánto gana un servidor público o cómo se administra el dinero que usted le da al gobierno por medio de sus impuestos? Desde 2002 los mexicanos contamos con una Ley Federal de Transparencia que obliga a los gobernantes a informar a los ciudadanos sobre sus acciones y sobre el uso de los recursos públicos.

En todas las oficinas del gobierno federal hay un módulo donde usted puede presentar sus peticiones de información. También existe un sitio de internet muy fácil de usar en donde puede enviar sus solicitudes y recibir la respuesta a sus preguntas: www.informacionpublica.gob.mx

Cuando la información de un gobierno se abre y se hace pública, es más difícil que exista corrupción. La corrupción es como un virus que no puede sobrevivir en la luz y que muere cuando se le expone al aire. En casi todos los países democráticos y libres del mundo hay leyes de transparencia, y la de México ha sido reconocida como una de las más modernas y avanzadas. La transparencia es el mejor remedio para la corrupción, ¡ejerza su derecho a pedir cuentas!

Pesque los mejores productos... con nuestra red

www.profeco.gob.mx

Lo que encontrará en nuestro sitio de Internet:

Información sobre precios de artículos de la canasta básica, medicamentos, electrodomésticos, pescados, útiles escolares y, en temporada, juguetes, entre otros. Además:

- La Ley Federal de Protección al Consumidor
- Tecnologías Domésticas Profeco
- Información acerca de nuestros servicios de orientación, asesoría y atención a quejas
- Resultados de los estudios de calidad publicados en la *Revista del Consumidor*
- El programa de radio *El cuarto del consumo*
- Ubicación de nuestras oficinas en el país

y mucho más...

Para que no lo pesquen distraído,
¡consulte nuestros servicios en línea!

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

ALERTA al consumidor

Profeco vigila permanentemente prácticas comerciales indebidas y publicidad engañosa; inmoviliza productos peligrosos e impone multas y clausuras a las empresas que atentan contra los derechos de los consumidores. Usted también tiene el poder: el poder de no dejarse engañar y de presentar su denuncia. Compartimos así la responsabilidad y el poder, porque todos somos consumidores.

FALSO "Profeco"en internet

Diversos usuarios están recibiendo desde la cuenta de correo electrónico revcons@profeco.com.mx un mensaje de publicidad de filtros de agua que, como se observa, contiene el nombre de Profeco.

Dicha dirección NO tiene nada que ver con la Procuraduría Federal del Consumidor, pues las direcciones oficiales de correo electrónico de Profeco incluyen .gob por ser ésta una dependencia gubernamental.

El sitio de internet http://www.profeco.com.mx pertenece a una organización denominada KDY, ubicada en San Diego, California. No se confunda, Profeco no promueve, apoya o garantiza bajo ningún aspecto productos o servicios.

Juguetes peligrosos

Las réplicas de pistolas y demás armas de "juguete" constituyen un riesgo para la integridad corporal de los niños y les pueden ocasionar heridas irreparables en los ojos, la cara o la piel.

¡No exponga a sus hijos!

TRAMPA con notarios públicos

El uso de fedatarios públicos (notarios o corredores) para "certificar" que determinado producto logra los resultados prometidos en la publicidad, es una estrategia frecuentemente engañosa.

En productos milagro para adelgazar, por ejemplo, el fedatario público puede dar fe de los hechos que ante él se verifican (que alguien pesa 60 kilos), pero en ningún momento certificar que dicha disminución haya sido gracias al producto publicitado. ¡No se deje engañar!

Cuidado con marcar el 9

Si recibe una llamada telefónica en donde una grabación le indica que ha sido ganador de un viaje y que, para darle mayor información, debe oprimir el número 9 de su teléfono, ¡no lo haga y cuelgue de inmediato! De marcar 9, un operador le pedirá información personal y su número de tarjeta de crédito, supuestamente para poder reclamar el premio, pero el único objetivo de estas llamadas es obtener información sobre su tarjeta.

No caiga en este tipo de fraudes y recuerde que las promociones que realizan las empresas se llevan a cabo con una gran publicidad en radio y televisión.

Entérese de éstas y otras noticias en

www.profeco.gob.mx.

Productos milagro para Adel

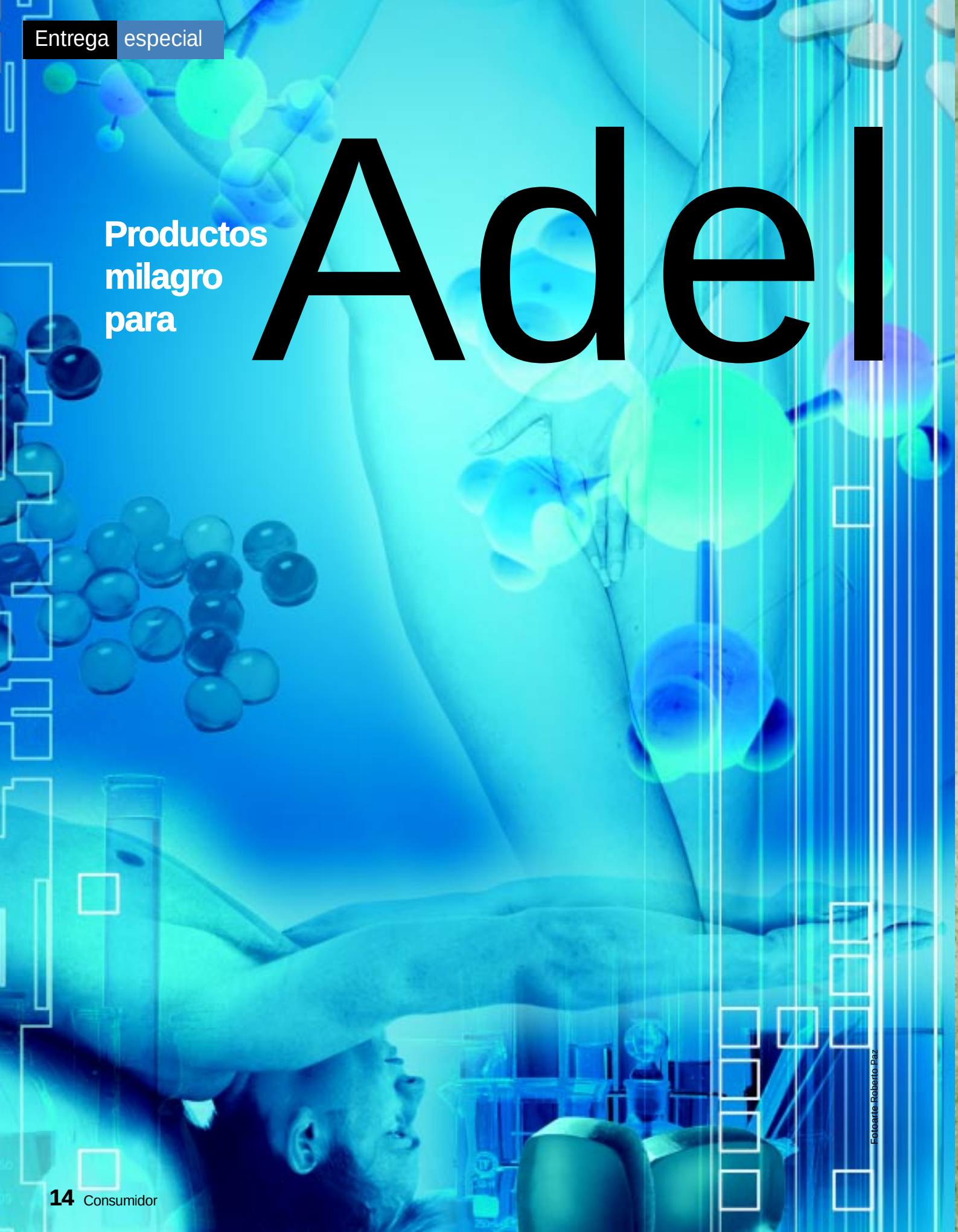


Foto arte Roberto Paz

gazar

Los consumidores somos bombardeados por anuncios de productos "milagrosos" que nos prometen bajar de peso sin esfuerzo, sin dietas, sin ejercicio y en unos cuantos días. Entérese, en este reportaje especial, si esos "milagros" existen.

Por José Armando Aguilar

En busca del milagro prometido

Foto Archivo

Al parecer, los seres humanos somos ingenuos por naturaleza: creemos en las visitas extraterrestres, en la existencia del Chupacabras, en los adivinos... y en que sin dietas ni ejercicio, en unos cuantos días y como por acto de magia, podemos tener el cuerpo de los delgados actores de moda.

La verdad, llana y simple, es que somos lo que comemos y no hay solución mágica para contrarrestar nuestros malos hábitos alimenticios. Hasta el momento no existe ningún producto "milagroso" que logre "curar" el sobrepeso y la obesidad.Y el que diga lo contrario es tan falso como el ya mencionado Chupacabras.

En un país con sobrepeso

Al darse a conocer los resultados de la segunda Encuesta Nacional de Nutrición 1999 (la primera se llevó a cabo en 1988) se destacaron dos aspectos fundamentales, uno bueno y uno malo. Comencemos con la parte agradable: en el transcurso de esos 11 años transcurridos entre encuesta y encuesta, la desnutrición en México se redujo casi a la mitad. En cambio, el estudio refleja el preocupante aumento registrado en el sobrepeso y la obesidad, que creció, en el mismo periodo, casi 50%. Es decir, los mexicanos vivimos una peligrosa transición de mala nutrición por deficiencia, a mala nutrición por exceso y desequilibrio alimenticios.

La organización Mundial de la Salud califica a la obesidad como la epidemia del siglo XXI. Sin desairar la tendencia mundial, México se encamina de manera consistente a ser un país de obesos. De acuerdo con datos de la Secretaría de Salud, 26% de la población es obesa y el 52% (cerca de 54 millones de mexicanos) tiene sobrepeso. Se trata, sin duda, de un serio problema de salud pública, ya que la obesidad se asocia con enfermedades que constituyen las primeras causas de mortalidad en México, como las enfermedades del corazón y la diabetes *mellitus*.

Fotos Archivo

¿Quién es el responsable?

Es muy común encontrar en las etiquetas de los distintos productos para adelgazar la leyenda: "El uso y consumo de este producto es bajo la responsabilidad de quien lo recomienda y quien lo usa". ¿Acaso los productores pretenden deslindarse de cualquier responsabilidad en caso de que el producto perjudique la salud de quien lo consume? El comisionado de fomento sanitario Luis Caso responde: "Claro que son responsables. Aunque no harán un producto que cause daños a la salud, porque saben las consecuencias que tendrían si provocaran intoxicaciones".

Los “ganchos” de los infomerciales

Por Jacqueline Ruiz

En los monitoreos realizados por Profeco se han detectado las prácticas engañosas o que inducen al error más utilizadas por los productos milagro a través de los infomerciales, o incluso de publicidad de corta duración. ¿Le son familiares?

- Testimoniales de celebridades o "usuarios".
- Empleo engañoso del término "aliviar" como sinónimo de "curar" (cuando se *alivia*, se mitigan o disminuyen los síntomas de una enfermedad; cuando se *cura* se elimina la causa de dicha enfermedad).
- Aparición de fedatarios públicos y recomendaciones de agrupaciones, asociaciones, colegios o autoridades.
- Efectos extraordinarios sin ningún esfuerzo ni modificación en sus hábitos, y sin ningún sustento científico o técnico.
- Ofrecimiento del mismo resultado para todo tipo de personas.
- Información insuficiente sobre el uso, contraindicaciones, prevenciones o restricciones del producto.
- Leyendas y permisos ilegibles.
- No exhibir el precio total (que incluya IVA, intereses, gastos de envío, etc.).

Por lo anterior, antes de levantar el teléfono o sacar la cartera para comprar un producto milagro para adelgazar, revise si le hace alguna de estas promesas, o si los testimonios de los "usuarios" incluyen frases que alaban el producto. Si es así, no lo compre, pues seguramente es un engaño, ya que los buenos productos no necesitan ofrecer imposibles para convencernos.

Medicinas vs. productos milagro

Por Walter Jasso

La creación de un nuevo medicamento no es tarea sencilla, según explica el doctor Gustavo Hernández, director de Comunicación y Ciencia de la Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica, A.C. (AMIIF): **"Requiere de un proceso muy largo y complejo que tarda aproximadamente 10 años desde la investigación** –que incluye la realización de pruebas en animales, posteriormente en humanos y ya como medicina, en miles y miles de personas de todo el mundo– hasta la comercialización, y dicho lapso sirve para obtener la evidencia científica de que el producto funciona y es seguro; entonces se somete a la autorización de la autoridad sanitaria, que en el caso de México es la Secretaría de Salud. Todo este desarrollo farmacéutico conlleva una inversión promedio de 900 millones de dólares, y solamente una de cada 5 mil moléculas que se empiezan a investigar llega al mercado como medicina, y de éstas, únicamente tres de cada diez recuperan la inversión inicial."

El doctor Hernández rechaza que los "productos milagro" para bajar de peso sean medicinas: "En este grupo de productos hay remedios herbolarios, suplementos alimenticios y artículos cosméticos; en su publicidad intentan dar la impresión, sin que lo digan abiertamente, de que son medicamentos, pues suelen anunciarlos personas que visten bata, aparentando ser médicos, pero ninguno de estos productos es milagroso y todos utilizan la publicidad engañosa al prometer cosas que no pueden cumplir, y que si en el mejor de los casos las cumplieran, implicarían un riesgo para la salud, como es el hecho de pretender que alguien baje dos kilos en dos días.

"Es un engaño al consumidor porque se le hace creer que es un medicamento, y por lo tanto la Secretaría de Salud ya lo autorizó y por ende, cuenta con investigación clínica detrás de él. Los anuncios de televisión muestran fotografías de personas *antes* y *después* de supuestamente haber bajado de peso, pero ¿cómo sabemos si el procedimiento no fue inverso, y primero fotografiaron a la persona delgada y después la pusieron a engordar? Es un truco de Hollywood, no hay evidencia científica".

Añade: "La mayoría de estos productos se encuentran registrados como suplementos alimenticios, así que no tienen que estar sujetos a la rígida normatividad de los medicamentos, pues inclusive aquellos que no requieren receta médica, es decir, las medicinas de libre venta, pasan por un estricto control de las autoridades. Los productos milagro evaden la legislación, por lo que pueden anunciarse como quieran, sin mostrar a la comunidad científica pruebas de su eficacia y seguridad".

El médico señala que los "productos milagro" no cuentan con ninguna investigación científica que los avale y que sea accesible al público y a la industria farmacéutica en general: "Lo único que sabemos de ellos es que se anuncian en televisión y que prometen revivir muertos, pero en general se desconoce su origen y procedimiento de elaboración.

"Yo creo que tomaron desprevenido a todo el mundo, saltaron a la televisión, crearon un negocio millonario engañando al público consumidor, y cuando la Secretaría de Salud reaccionó, emitió una lista de 40 productos que iban a salir del mercado, pero estas empresas han modificado su publicidad. Antes cometían determinadas infracciones al reglamento, ahora cometen otras, pagan su multa, que comparada con sus ventas es irrisoria, y así se la llevan".

"Los anuncios de televisión muestran fotografías de personas *antes* y *después* de supuestamente haber bajado de peso, pero ¿cómo sabemos si el procedimiento no fue inverso, y primero fotografiaron a la persona delgada y después la pusieron a engordar?"

El directivo de la AMIIF aclara que "no cualquiera puede producir un medicamento en la cocina de su casa, hay una norma, pero la comercialización es otra cosa. Algunas empresas que fabrican los 'productos milagro', aunque en su nombre lleven la palabra *laboratorio*, no son tales, son empresas comercializadoras. Compran los productos a terceras empresas en México y/o el extranjero, y los venden. No hay norma para la comercialización".

La mayoría de los "artículos milagro" ostentan la leyenda "Este producto es responsabilidad de quien lo recomienda y de quien lo consume", pero para el doctor Hernández hay más responsables: "Ese tipo de leyendas intentan jugar con la gente. En todos los casos el fabricante tiene que ser el responsable de lo que vende. A pesar de esa frase, está muy claro que la empresa que lo produce es la que debe hacerse cargo de su propio artículo".

Por otra parte, Gustavo Hernández considera "desafortunada" la afirmación de Cofepris en el sentido de que estos productos no constituyen un riesgo para la salud y no son tóxicos: "Yo creo que están equivocados; para llevar un producto al mercado, antes de que se venda al público, debe demostrarse que es seguro y efectivo, y no esperar que el producto ya esté en el mercado y lo consuman millones de personas, y después digamos 'bueno, no hemos sabido de nadie que se muera'. Y es que, ¿a quién se le va a dar el aviso de que alguien tuvo un efecto adverso por usar estos productos si el fabricante anuncia en sus productos que no se hace responsable? ¿Cómo vamos a tener el equivalente de lo que en los medicamentos se llama *servicio de fármaco-vigilancia*?

"Cuando un medicamento está a la venta, sigue siendo vigilado y estudiado por el laboratorio que lo fabricó, se recolectan los efectos adversos que reportan los médicos, se integran a una base de datos mundial y de esta manera se sabe si un medicamento tiene efectos que se desconocían, si actualmente se contraindica con un nuevo medicamento que antes no existía, etcétera.

"Sin embargo, con los 'productos milagro', ¿cómo vamos a saber si tienen contraindicaciones al tomarse con un determinado medicamento o con algún alimento? No sabemos nada al respecto, no sabemos si sirven o no sirven porque no hay resultados de investigación, y ante eso, no deberían comercializarse".

El doctor Hernández hace una recomendación final para las personas con obesidad: "Nunca automedicarse, deben acudir con un médico profesional que no tenga conflictos de interés al trabajar para alguno de los laboratorios fabricantes o alguna farmacia; el especialista determinará la causa del sobrepeso y sólo entonces, de ser necesario, se puede recurrir a alguno de los medicamentos serios, mismos que pueden ser útiles".

La Asociación Mexicana de Industrias de Investigación Farmacéutica (AMIIF) tiene 54 años de existencia y agrupa laboratorios que hacen investigación farmacéutica en México, tanto nacionales como extranjeros, los cuales realizan sus propios productos, es decir, que los investigan, manufacturan y comercializan.

¿Por qué engordamos?

Todo esto se debe a que en las últimas décadas la forma en que nos alimentamos ha cambiado. Varios factores influyen para que sea así, entre ellos, una nueva organización social en que las familias son más pequeñas y todos sus miembros tienen que cumplir con distintas obligaciones, lo que altera su ritmo de vida y, finalmente, su alimentación. Cada quien come donde puede y lo que puede. Las comidas diarias en familia son ya un lejano recuerdo.

“Véase delgado por siempre con nuestro sistema natural de pérdida de peso, es rápido y no tiene rebote”

Por si esto fuera poco, los alimentos prefabricados y la comida rápida o *fast food*, que es altísima en contenido de carbohidratos y grasas, se ofrecen como la panacea alimenticia para aquellos que, como es común en la vida moderna, no tienen tiempo de sentarse a degustar una comida sana.

La pobreza también parece ser factor determinante. Felipe Torres Torres,

Cómo bajé de peso sin morir en el intento

Por Walter Jasso

"Nada de cremas, ni pastillas, ni bebidas mágicas. No necesitas nada de eso", me dijo la nutrióloga el 2 de septiembre de 2004.

Acudí a ella después de años de descuido, en los que subí de peso al no controlar lo que comía y la manera en que comía: nunca desayunaba antes de las doce del día, y a esa hora solía comer algún pastelito o una garnacha bañada en grasa con un refresco; a las tres de la tarde comía lo que se me antojaba hasta quedar bien satisfecho, léase tres o cuatro rebanadas de pizza o una mega torta o un súper paquete de hamburguesa extra grande con extra queso, extra papas, extra refresco más todo lo extra que hubiera.

Asimismo, una vida sedentaria en la que el ejercicio y la "comida sana" simplemente no existían, aunados al hecho de tener antecedentes familiares en el mismo sentido, completaban el cuadro perfecto para mi obesidad.

Durante mucho tiempo el sobrepeso no me importó, pero una tarde, por primera vez en no sé cuántos años, me subí a la báscula. La aguja llegó más allá del 85, y dada mi no muy prominente estatura de 1.62, la ecuación era simple: tenía unos 20 kilos de más. Decidí que era hora de despedirme de ellos, no quería llegar a los 30 con el sobrepeso como invitado.

Al principio, y por cuenta propia, suspendí pan, tortillas y azúcar. Un mes después había bajado dos kilos. Era un primer avance, aunque me pareció bastante modesto pues ansiaba resultados más contundentes. Dudaba sobre si estaba haciendo las cosas correctamente y estuve a punto de comprar uno de esos productos para adelgazar tres tallas en tres días... al final decidí acudir con un profesional.

En la consulta no hubo promesas desproporcionadas, y a pesar de mi insistencia, la recomendación fue estricta: no a los "productos milagro". Así, al final del día, el único método que podía garantizarme una pérdida de peso estable y sin riesgos, era el ortodoxo, es decir, adquirir nuevos hábitos alimenticios y comenzar a hacer ejercicio. En resumen, tenía que cambiar mi estilo de vida. Y yo estaba dispuesto.

Tres meses y medio después he bajado 16 kilos, hoy la báscula marca 69, y de la talla 36 de pantalón pasé a la 30. No hubo ninguna magia en esto, se debe exclusivamente a un régimen alimenticio balanceado y al ejercicio cotidiano.

Actualmente sigo comiendo todo lo que me gusta pero con medida, la nutrióloga no me ha prohibido ningún alimento pues la clave del asunto tiene que ver con la cantidad de comida que se ingiere y el correcto seguimiento del menú día con día.

La verdad ha resultado menos difícil de lo que pensé en un principio, aunque por supuesto se requiere de disciplina y sobre todo, de querer buscar beneficios que puedan ser permanentes y seguros y no sólo un adelgazamiento temporal.

Así las cosas, para mi próximo cumpleaños tendré más edad pero menos kilos. Seguramente no voy a comer mucho pastel, pero la sonrisa de satisfacción no me la va a quitar nadie.

Radiografía de un infomercial

Por Jacqueline Ruiz y Alfredo Abaroa

Los infomerciales venden porque venden, por eso tienen una estructura bien definida que ha probado ser exitosa. Le presentamos la estructura de un infomercial de 30 minutos. El orden de aparición y la duración de algunos segmentos puede variar, pero la estructura básica siempre se mantiene. Aunque el ejemplo es ficticio, ¿le suena familiar?

del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM, y coordinador del libro *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio*, afirma: "Debido a sus bajos ingresos, el 70% de la población mexicana no puede obtener los productos de una canasta básica". Así entonces, las familias mexicanas con pocos ingresos tienen que sacrificar la calidad de los alimentos para no disminuir su cantidad: "Si antes compraban un kilo de retazo, ahora compran un kilo pero de salchichas, que llenan más pero contienen demasiadas grasas saturadas", ejemplifica el investigador.

Por otro lado, el sedentarismo y las comodidades alientan la falta de una actividad física. De acuerdo con datos de la Encuesta Urbana de Alimentación y Nutrición en la zona metropolitana de la Ciudad de México (ENURBAL-2002), el 81% de la población mayor de 30 años que vive en el área de estudio, declaró no realizar ejercicio ni siquiera un día a la semana.

Esto último, sumado a la resistencia a abandonar las malas costumbres alimenticias que tanto complacen nuestro paladar, parece ser el principal factor que motiva esa idea de buscar hasta encontrar el milagro prometido, el producto que sin invertir tiempo ni esfuerzo (aunque sí dinero) nos haga lucir, aunque sea de lejos, como el actor o modelo que lo anuncia, y que de paso nos excluya de la lista de millones de mexicanos con problemas de peso.

Foto Archivo

Bajar de peso y productos milagro

Por Walter Jasso

El doctor David Montalvo, presidente del Consejo Mexicano de Médicos Bariatras (la bariatría es la rama de la medicina dedicada al estudio y tratamiento del paciente obeso), explica: "Es peligroso que una persona inicie un programa de reducción de peso utilizando productos comerciales sin una guía real, sin asesorarse, sin saber la cantidad de grasa que debe perder, cuál sería su número de kilos ideal, si el peso que tiene es sobrepeso o es un peso normal en función de su masa muscular, porque una persona puede tener un peso elevado en número total de kilos, pero si ese número de kilos está determinado por una gran masa muscular, no necesita bajar tanto, lo que tendría que bajar es el exceso de grasa.

"Además, existe la posibilidad de que una persona pueda tener un padecimiento de fondo relacionado con su propio sobrepeso y por el cual requiera de cuidados especiales; por ejemplo, un elevado nivel de colesterol o un alto nivel de ácido úrico en la sangre afectan el tipo de dieta a seguir, y esto no puede saberse con sólo mirarse al espejo; esa persona debería someterse a una revisión por parte de un médico preparado para ello".

Enfático, el bariatra agrega: "Si los productos milagro llegaran a funcionar, en todo caso serían un paliativo, y el problema más importante es que no hay la certeza de que estos productos hagan perder grasa. Cuando un producto cualquiera promete que al utilizarlo una persona puede bajar gran cantidad de kilos en un lapso muy corto, ese producto provocará cambios bioquímicos importantísimos en el cuerpo humano, de tal manera que bajar 5 kilos en dos días rebasa lo que marca la Norma Oficial Mexicana, que sugiere un kilo por semana como una pérdida de peso segura. Para bajar una mayor cantidad de peso, habría que estar bajo la vigilancia de un profesional".

“Las enzimas de este producto inhiben la absorción de grasa, sólo tiene que tomarlo antes de la comida para que todas esas calorías no lleguen a su organismo”

7’ a 9’30”

Presentación del producto por primera vez. Se da la promesa de solucionar el problema planteado, de forma fácil y definitiva.

9’30” a 0’

Se menciona el precio, y se potencia el valor del producto comparando sus beneficios con los de otros productos o sistemas. ste se mento eneralmente es el anuncio ue vemos en la barra de pro ramación re ular.

Foto Archivo

"No nos vamos a morir si los tomamos, pero..."

Un producto milagro es aquel que utiliza su publicidad para exaltar sus supuestas cualidades terapéuticas, preventivas, rehabilitatorias o curativas. Sus efectos, se cree, logran solucionar desde cuestiones estéticas hasta graves problemas de salud. Es decir, se presentan como la panacea, como el producto que millones de personas esperaban. Quién sabe por qué los más reconocidos laboratorios y científicos del mundo no le habrían dado al clavo, pero ellos "lo tienen" y lo ponen al alcance de sus manos.

De acuerdo con un estudio realizado por la Comisión Federal para la Protección Contra Riesgos Sanitarios (Cofepris), órgano desconcentrado de la Secretaría de Salud que integra todas las funciones de regulación, verificación y de fomento sanitario para proteger la salud de la población de nuestro país, en México son tres las principales empresas que operan comercializando los llamados productos milagro: Genoma Laboratories, Naturezza y Biotanic (los dueños de estas dos últimas empresas son hermanos); compañías que manejan cerca del 90% de estos productos.

Aunque su presencia en el mercado es intermitente, hasta noviembre del año pasado las autoridades sanitarias del país tenían detectados alrededor de 95 productos de este tipo; sin embargo, para Luis Alfonso Caso, comisionado de fomento sanitario de la Cofepris, no todos pueden ser catalogados como productos milagro: "hay algunos que están bien, que cuentan con el registro de la Secretaría de Salud, entonces su publicidad está autorizada".

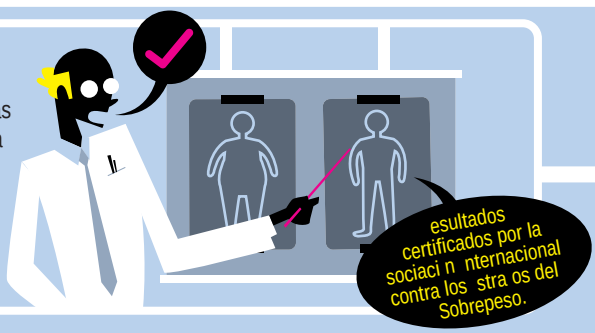
A decir de la Cofepris, estos productos están elaborados principalmente a base de plantas o sustancias de ori-

Minutos 11 a 20.
***Soft sale* (venta blanda)**

e ueban avalan ient i a ente las ualidades del odu to. e a ela al ui io del es e tado se le dan a u entos a a ue se onvena de la e e tividad del odu to.

11 a 1

Supuestos especialistas y usuarios describen las ventajas del producto y la manera en la que éste ha cambiado sus vidas, o el presentador utiliza el producto en otras personas ante notario pretendiendo "certificar" los resultados.



“Por fin un sistema de pérdida de peso que eliminará hasta a la grasa más resistente, ¡no importa lo que coma ni todas las dietas que haya hecho! Con este producto dígale adiós a esos kilos de más”

La gente no se queja

Por Alejandra Sánchez Plascencia

De acuerdo con la Dirección General de Quejas y Conciliación, Profeco, los principales motivos de reclamación en contra de empresas como Naturezza Latinoamericana (que comercializa Redugrass), Biotanic (comercializadora de Gelatin), Tecnoboss (Astro Diet), Íñiguez y Mepexa, se deben, sobre todo, al incumplimiento en la entrega del bien, entre otros motivos.

Proveedores*	Número total de quejas	Incumplimiento en la entrega del bien	Negativa a la entrega del bien	Negativa a bonificación o devolución de cantidad
Naturezza Latinoamericana, S.A. de C. V.	2,083	1,594	202	77
Biotanic, S. A. de C.V.	173	115	28	7
Íñiguez, S.A. de C.V.	366	267	33	21
Tecnoboss, S.A. de C. V.	98	48	11	12
Mepexa, S.A. de C.V.	20	15		1

* De acuerdo con datos de septiembre de 2003 a septiembre de 2004, las empresas señaladas son las de mayor reincidencia en los rubros de ventas por televisión en cuanto a productos de belleza y productos naturistas se refiere.

Del recuadro resalta el hecho de que nadie se queja de que el producto no funcione, tal vez porque, de acuerdo con el parecer de la psicóloga Perla Tabachnik Edelstein, especialista en trastornos de la alimentación: "El ‘rebote’ (volver a subir de peso después de tomar el producto) me frustra, me da coraje contra la compañía, pero no sé manejar ese coraje porque no soy capaz de ir y pelearme con ellos, y si soy capaz de hacerlo, ellos van a tener otros recursos para decir por qué no me funcionó, y van a dar unos argumentos tan claros que voy a sentir que a lo mejor tienen razón, o voy a perder tanto dinero y tanto tiempo en esta protesta, que mejor no lo hago. Además, si de por sí la obesidad da vergüenza, decir que yo recurrí a eso y que ni eso me sirvió, pues la que está mal soy yo".

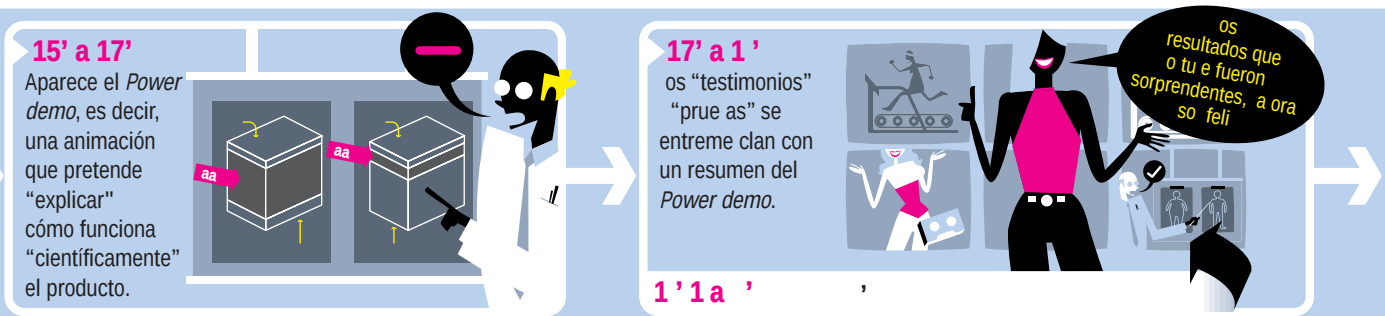


Foto José Rodríguez

"¿A qué le tiras cuando sueñas mexicano?"

Por Alejandra Sánchez Plascencia y Lesly Néquiz

Con la finalidad de conocer los hábitos de consumo de los llamados "productos milagro" para adelgazar, entre los días 16 y 21 de noviembre de 2004, en distintos puntos del área metropolitana de la Ciudad de México, Profeco realizó un sondeo entre 300 personas (150 mujeres, 150 hombres) entre 20 y 60 años de edad. Estos son los resultados:

- Resalta el hecho de que **32% de las mujeres** entrevistadas **han probado algún producto milagro**, contra el **10% de los hombres**, lo que habla de que ellas dan más importancia a estar delgadas que ellos. De igual forma, el **77% de las mujeres que los han probado tienen entre 20 y 35 años de edad**, lo que también habla de que a mayor juventud, mayor necesidad de estar delgadas.
- Los productos más empleados por ambos sexos son **Redugrass, Slim Fast y Fat Away**, mismos que en la mayoría de los casos **son elegidos por su publicidad en televisión** y, muy importante, son elegidos **porque prometen resultados rápidos** (56% de las mujeres que los usan, 71% de los hombres).
- Un hecho importante a resaltar es que 75% de las mujeres y 64% de los hombres **hicieron ejercicio y modificaron su alimentación mientras tomaban el producto milagro**. Los resultados prometidos se obtuvieron en el 56% de los casos (ellas) y el 21% (ellos), aunque 48% (ellas) y 43% (ellos) **volvieron a subir de peso cuando dejaron de tomar el producto**. Por lo anterior, bien pudo suceder que la pérdida de peso en buena medida fuera consecuencia de la modificación de los hábitos alimenticios y de hacer ejercicio.
- **De las mujeres**, 42% gastaron entre 100 y 300 pesos en productos milagro, y otro **40% gastó más de $800**; los hombres gastaron entre 100 y 300 pesos y ninguno se declaró dispuesto a gastar más de $800.
- Aproximadamente **la mitad de todos los entrevistados**, tanto hombres como mujeres, **declararon estar dispuestos a probar algún producto milagro** para adelgazar si consideran que es "aparentemente confiable".

Minutos 21 a 30.
***Hard sale* (venta dura)**

o iena e o ardeo ara ue e es e tador o re. a inten i n es rear ansiedad en re itiendo onstante ente e no re de rodu to a i ndo o sentir ue si no o o ra en ese o ento erder a o ortunidad de su vida.

20 a 21 30

La actitud del presentador y del locutor del anuncio es mucho más agresiva, y comienzan a plantear lo fatal que sería dejar pasar esta oportunidad.

gen natural o sintético, o a base de diversos nutrientes.

Pues bien, para determinar si sus componentes resultan un riesgo para la salud de quien los compra, la Cofepris realizó un análisis a cada uno de ellos; éstos fueron los resultados:

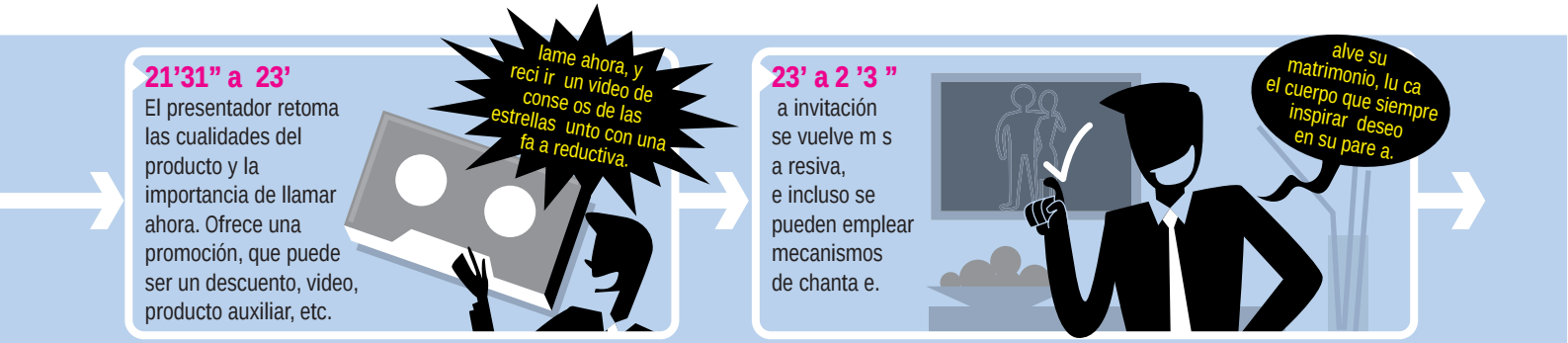
- Se determinó que 43 productos salieran del mercado *porque simple y sencillamente no funcionaban*.
- Se concluyó que ninguno de los cerca de 95 productos analizados es tóxico. "Hemos analizado todos los productos; ninguno por sí mismo es un riesgo para la salud; no nos vamos a morir si lo tomamos, son inocuos, no son tóxicos", asegura el comisionado Luis Alfonso Caso.
- La Comisión reconoció el riesgo sanitario en la publicidad, ya que la información, por exagerada y desorientadora, puede provocar que las personas abandonen un tratamiento médico, "enmascaren" el diagnóstico de alguna enfermedad o decidan no asistir a un especialista por consumir estos productos.

Foto Archivo

De publicidad engañosa y aseguramientos

Ahora bien, si el problema, como afirma Cofepris, se centra en la publicidad, la pregunta es: ¿por qué permiten que se sigan publicitando como lo hacen? Responde Luis Alfonso Caso: "No es que se les deje hacerlo; a nadie le dejan pasarse un alto, y muchos se lo pasan. No los dejamos, pero se publicitan sin autorización, son infractores. O muchas veces se dan de alta con nosotros como alimentos y se publicitan como dietéticos, que son cosas distintas. Ellos pueden decir que

“La fórmula patentada de esta crema le hará perder 10 centímetros en dos horas, ¡sienta cómo se derrite la grasa en su cuerpo!”



Publicidad engañosa

Por Jacqueline Ruiz

Mientras Cofepris se encarga de prevenir los riesgos sanitarios que puedan ocasionar los productos milagro, Profeco realiza constantemente visitas de verificación para inmovilizar aquellos productos que en sus empaques y en su publicidad prometen resultados engañosos, o que no cumplen con las normas de calidad y etiquetado que establece la legislación mexicana.

En lo referente a la publicidad de estos productos, Profeco actúa tanto de manera preventiva como correctiva. Así, la Institución envía periódicamente oficios a las agencias publicitarias y a los proveedores de los productos que suelen incurrir con mayor frecuencia en violaciones a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC), señalándoles cuáles son las prácticas publicitarias engañosas más comunes y exhortándolos a no utilizarlas en sus anuncios (ver recuadro "Los 'ganchos' de los infomerciales"). Muchos proveedores, incluso, se acercan a Profeco a solicitar asesoría antes de producir sus comerciales.

Los alcances de la LFPC con respecto a la publicidad son mucho más amplios y ambiciosos que los del Reglamento de la Ley General de Salud en materia de Publicidad. Mientras que este último sólo restringe la publicidad de productos en la medida en la que pueden ser tóxicos o representar un riesgo para la salud de los consumidores, la LFPC protege al consumidor de la publicidad engañosa, con independencia de la forma y medio en que se transmita, por tal motivo, los criterios usados por Cofepris para calificar la publicidad son distintos a los de Profeco.

Con lo anterior, se pone de manifiesto que si los proveedores pretenden eludir las acciones de Profeco en materia de publicidad al variar la forma de sus anuncios y no el contenido, por ello no quedan exentos de la sanciones que procedan, independientemente de que cuenten con el registro de la Secretaría de Salud, pues el artículo 32 de la LFPC permite a Profeco vigilar la forma y no sólo el fondo, pues la inducción a error puede generarse a través de textos, diálogos, sonidos, imágenes y no sólo a través de las descripciones de los bienes o servicios.

Cuando en los monitoreos que Profeco cotidianamente lleva a cabo se detecta que la publicidad de estos productos se aparta de los parámetros establecidos por la LFPC, se exige a los proveedores que demuestren científicamente que los resultados que ofrecen efectivamente se cumplen, y mientras lo hacen, deben incluir en su publicidad una leyenda que indique que la veracidad de la misma no ha sido comprobada ante la autoridad competente. En muchos casos las empresas comercializadoras alegan que sus productos sí cumplen con los resultados que ofrecen, y para ello dicen que éstos están certificados ante notario, lo cual no tienen ningún alcance probatorio.

Evidentemente, como el sistema legal de nuestro país ofrece muchos medios de defensa, los proveedores se amparan, y en lo que se resuelven los amparos, los anuncios siguen al aire. Hay muchas formas de evadir la ley, es cierto, pero Profeco está facultada para entrarle al asunto no sólo con respecto a las palabras que se dicen, porque incluso se pueden inferir violaciones por medio de las imágenes, los sonidos, la forma en la que se manifiesta el mensaje publicitario o el tiempo de duración de los anuncios.

Éste es un punto importante. Un anuncio común dura un promedio de 20 segundos. Después de ver 15 minutos o más un anuncio con tratamiento de reportaje (los llamados infomerciales) acerca de la obesidad, que incluye testimonios médicos y de usuarios o celebridades, es muy difícil que nuestra mente no baje la guardia y crea que estamos viendo un mensaje informativo en vez de uno que pretende inducirnos a comprar un producto. Este tipo de publicidad se llama encubierta, porque el anunciante trata de ponerle un velo a su anuncio persuasivo, y trata de darle el disfraz de que es una información objetiva de un determinado problema. Éste es el vehículo ideal de venta de los productos milagro.

Con las recientes reformas a la LFPC, se logró una reducción importante en la duración de los procedimientos por violaciones a la ley en materia de publicidad y en la posibilidad de interponer recursos contra las resoluciones emitidas; sin embargo, los periodos probatorios llevan mucho tiempo, pues las pruebas requieren de un proceso largo de elaboración y valoración. El consumidor juega en este punto un papel fundamental: en la medida en la que usted haga un frente común con Profeco y se queje porque un producto milagro no funciona y denuncie la publicidad engañosa, Profeco podrá actuar de manera más rápida, pues un usuario insatisfecho es la mejor prueba de que un producto no funciona.

Fuente Fernando García Sais, Director de Publicidad y Normatividad, **Profeco**

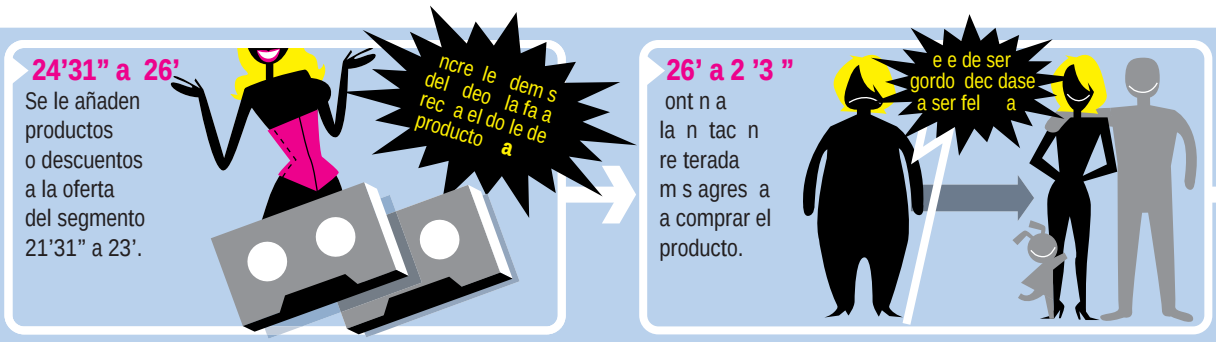


Foto Archivo

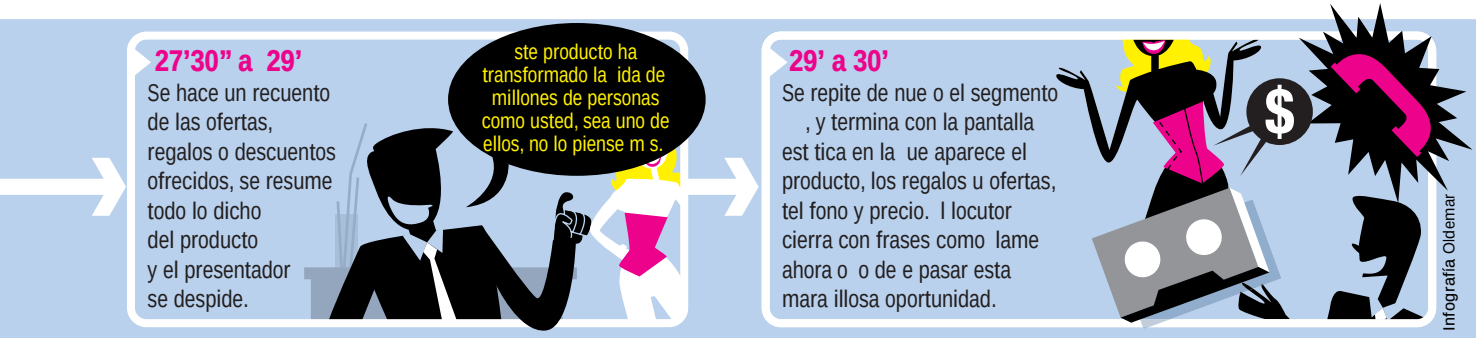
tienen el registro de la Secretaría de Salud, y es verdad, pero sólo como alimentos. Por eso, lo que tenemos que atacar es la publicidad, para que ésta diga única y exclusivamente lo que el producto puede hacer".

Y es que, de acuerdo con lo estipulado en los artículos 79 y 80 del Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad, los comerciales de los suplementos alimenticios (denominación que se le da a la gran mayoría de los productos casi mágicos para adelgazar) requieren de permiso por parte de la Secretaría de Salud. Para conseguirlo, quien desea publicitar su producto (además del número de registro y licencia sanitaria) debe entregar información relacionada con su difusión: medio que se utilizará, duración y número de versiones del anuncio, la documentación que dé sustento a las afirmaciones hechas en la publicidad e incluso el nombre de la agencia de publicidad.

Lo anterior, sin embargo, no contempla la obligación de que las autoridades de salud observen y autoricen los anuncios mucho antes de que sean lanzados al aire. De hacerlo así, el problema seguramente sería mucho menor.

Así las cosas, para evitar que el consumidor final sea víctima de la publicidad engañosa, de acuerdo con un documento sobre las acciones de esta Comisión en torno a los productos milagro, hasta noviembre del 2004, la Cofepris logró que dejaran de publicitarse un total de 48 productos milagro, entre los que se encuentran Diet Sen, Lipomed, Total Slim, la Campaña Mundial para la Pérdida de Peso y Fatache Body Patch, todos ellos productos dirigidos a personas con sobrepeso y obesidad.

En palabras del comisionado Luis Alfonso Caso, la publicidad de este tipo de productos se ha regulado poco a poco: "Es muy diferente que un champú diga que por usarlo me va a crecer el cabello, lo cual es mentira, a que diga que ese champú me ayudará a que no se me caiga. Entonces, a lo mejor siguen vendiendo el mismo producto, pero ya lo que vemos es distinto. En el caso de algunos dietéticos, algunos ya dicen que son un auxiliar en el tratamiento, que es distinto a prometer que quien lo use bajará 8 kilos en tres días".



Infografía Oldemar

Foto Archivo

Otra estrategia que utiliza la Cofepris para detener la venta de productos que engañan a los consumidores es realizar aseguramientos en los puntos de venta, ya que las multas con las que anteriormente se pretendía frenar la comercialización de los productos, aunque llegan a ser de hasta 10 mil veces el salario mínimo, no eran suficientes: "Las ganancias que tienen estas empresas son tan grandes que hacen que nuestras multas sean parte de sus costo de operación; no les impactan", comenta el licenciado Caso.

Dentro del documento sobre las acciones de Cofepris en contra de los productos milagro, en el anexo cuatro, "situación nacional 2004", se puede ver que la Comisión logró el aseguramiento de 12 marcas de productos milagro, entre ellos: Slim Fast, Astro Diet, Sin Hambre, Redugrass y Redugrass Acelerado. Lo cuestionable radica en que, como lo comprobamos para este reportaje, al menos dos de estos productos (Slim Fast y Redugrass)se siguen vendiendo con toda libertad.

Además, dentro del mismo anexo, se informa que el resultado total de los aseguramientos ascendió a 6,548 cajas de productos, cantidad que parece ser muy pobre.

Al cuestionar al comisionado sobre si estas acciones aseguran al cien por ciento que dejen de venderse productos no autorizados, respondió: "No, se aseguran donde se encuentran, pero ¡hay un millón de tiendas!"

Al parecer, los cerca de cinco mil verificadores (que además vigilan la seguridad sanitaria en rubros como agua, suelo, ambiente y apertura de clínicas) con que cuenta la Cofepris para todo el país resultan insuficientes.

Por lo pronto, la Cofepris ya estableció convenios con la Asociación Nacional de Tiendas de Autoservicios y Departamentales (ANTAD), Wal-Mart y algunas cadenas de farmacias para que, partir de que la Comisión se los solicite, ellos suspendan la compra y venta de los productos que no estén autorizados.

"En México hacemos mucho más que en otros países para combatir el engaño de los productos milagro. En Estados Unidos, por ejemplo, no consideran que haya un riesgo porque los productos no hacen daño. Allá lo único que tienen que ponerle al producto es la leyenda "No autorizado por la FDA", para que la población se proteja a sí misma. Aquí el derecho es más tutelar. Nosotros estamos tomando medidas más drásticas. Yo creo que a fin de año (2004) ya estaremos ordenados con esto de los productos milagro", considera Luis Caso.

Fuentes Entrevista con el licenciado Luis Alfonso Caso González, comisionado de fomento sanitario, Comisión Federal para la Protección contra Riesgos Sanitarios (Cofepris) • Felipe Torres Torres, investigador del Instituto de Investigaciones Económicas de la UNAM y coordinador del libro *La alimentación de los mexicanos en la alborada del tercer milenio* • Secretaría de Salud • Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Publicidad • Encuesta Nacional de Nutrición 1999, Estado nutricio de niños y mujeres en México • Documento: "Acciones tomadas en torno a los llamados productos milagro, cuya publicidad se difunde en los diversos medios de comunicación", Cofepris

Antipublicidad

La nueva era del cuidado físico ha llegado,

¡sin dietas, sin ejercicios!

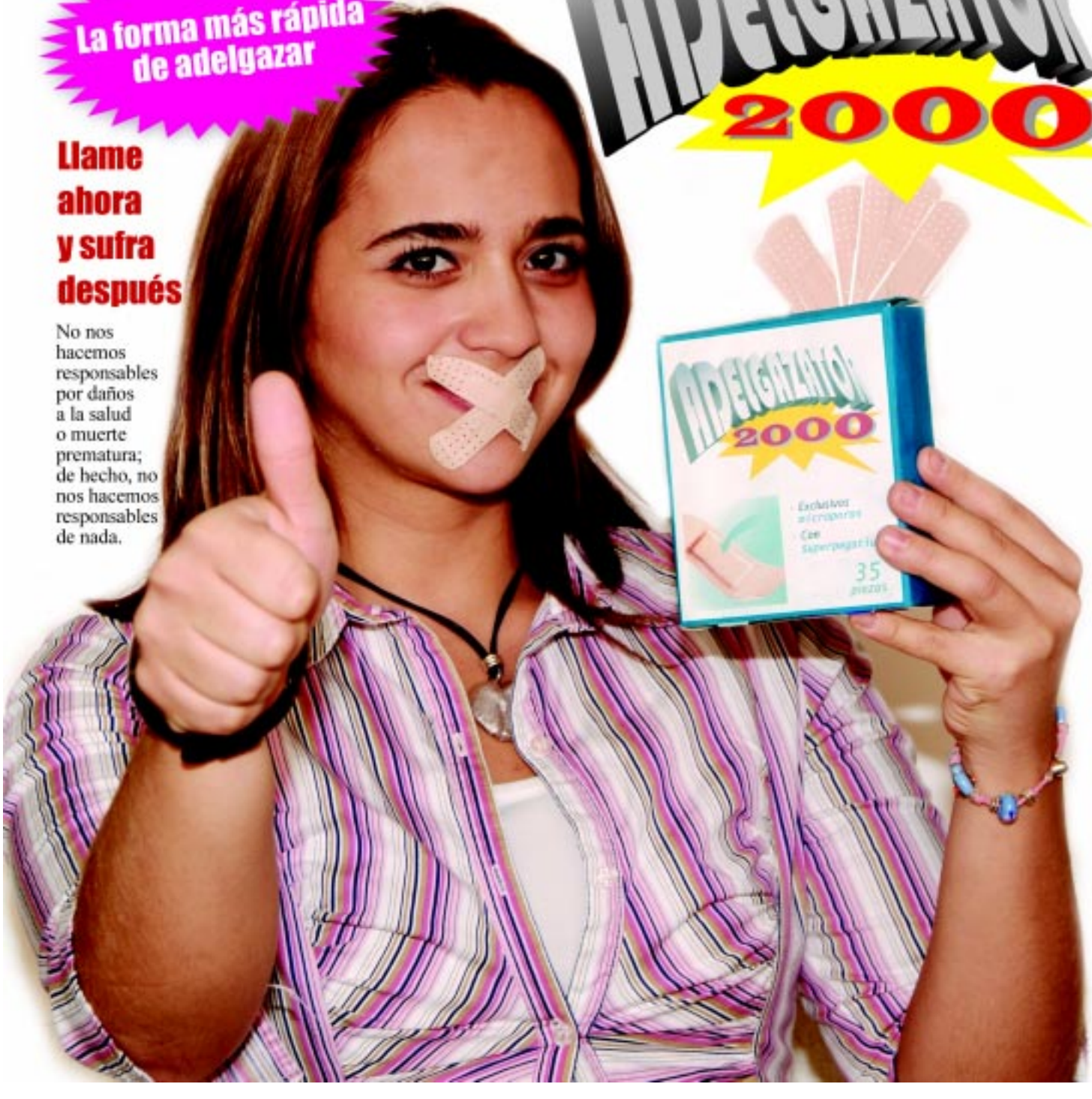
Baje varias tallas en poco tiempo

La forma más rápida de adelgazar

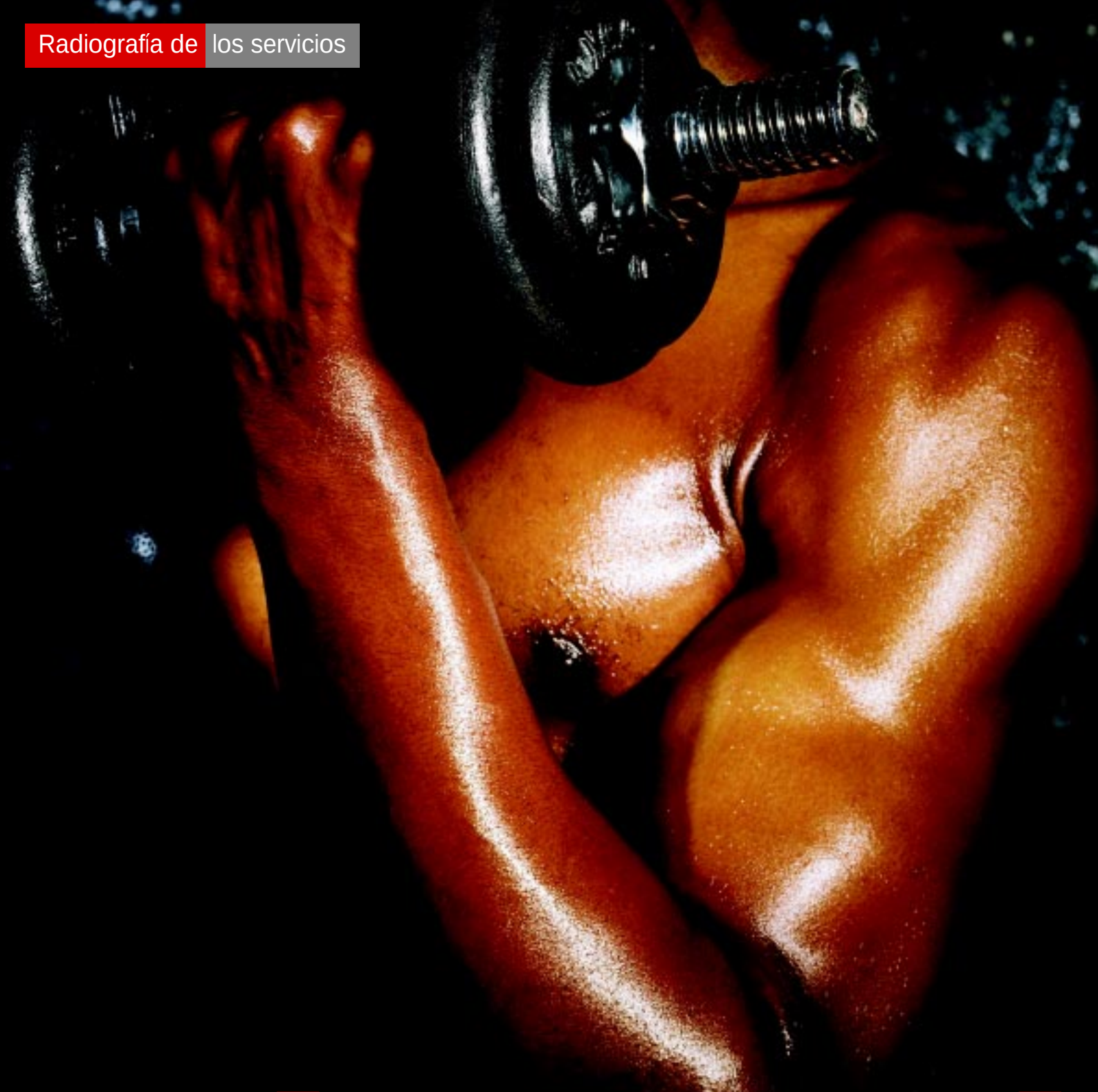
ADELGAZATOR 2000

Llame ahora y sufra después

No nos hacemos responsables por daños a la salud o muerte prematura; de hecho, no nos hacemos responsables de nada.



Si quiere adelgazar mejor consulte a su médico. Coma frutas y verduras.



Para ponerse en forma

Gimnasi

OS

Si uno de sus propósitos para este año es hacer ejercicio, lo felicitamos. Para que no se quede en puras buenas intenciones, le decimos todo lo que necesita saber antes de contratar un gimnasio: las actividades que se practican en estos establecimientos, los servicios que ofrecen y su rango de precios.

Alimentarnos balanceadamente y ejercitar nuestro cuerpo son hábitos que nos ayudan a mantenernos saludables y que debemos practicar toda la vida sin importar nuestro sexo o edad. Sin embargo, la mayoría de las actividades laborales o recreativas de la vida moderna son sedentarias: nos sentamos en un vehículo por la mañana, llegamos a sentarnos todo el día frente a nuestro escritorio, salimos del trabajo y nos subimos otra vez en un vehículo para llegar a casa a ver la televisión. Esta rutina se repite diariamente, y durante el fin de semana tampoco suele haber mucha más actividad física.

De acuerdo con la Organización Mundial de la Salud (OMS), más del 60% de la población mundial no realiza ejercicio y, por el contrario, pasa mucho tiempo viendo televisión. Esta falta de cultura física también se resiente en nuestro país: según el Consejo Nacional del Deporte (Conade), 85% de la población mexicana mayor de 15 años no realiza una actividad física o deportiva ni siquiera 15 minutos a la semana.

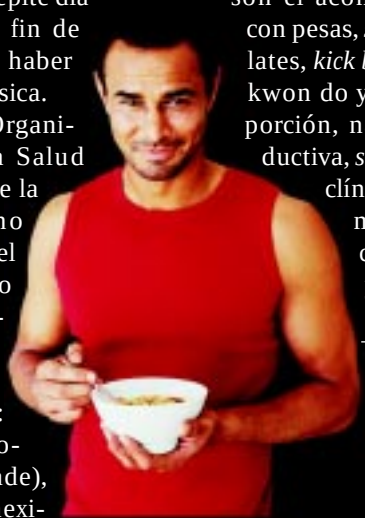


Foto Archivo

¡Actívese!

El gimnasio es un espacio cerrado destinado a la práctica de una o varias actividades deportivas. En un sondeo de gimnasios realizado por Profeco entre el 20 de septiembre y el 8 de octubre del 2004[1], se observó que las principales actividades que se practican en este tipo de establecimientos son el acondicionamiento físico con pesas, *spinning*, aeróbicos, pilates, *kick boxing*, jazz, taebo, tae kwon do y yoga; en menor proporción, natación, gimnasia reductiva, *step*, *body pump*, *hi-low*, clínicas de glúteo y abdomen, tai-chi, squash, clases de baile, karate y box, entre otros.

[1] Se visitaron 289 gimnasio y 11 clubes deportivos de la Ciudad de México y Área metropolitana. Nuestros encuestadores no se identificaron como trabajadores de **Profeco**, sino como clientes.

De acuerdo con el doctor Miguel Ángel Serrano, jefe de departamento de la Dirección de Medicina y Ciencias de la Conade,las características y los beneficios de algunas de las actividades más comunes que se practican en un gimnasio son:

Spinning

También conocido como *cycling*. Es un ejercicio de gran intensidad que se practica en una bicicleta fija bajo techo. Contribuye a eliminar grasas, mejorar la circulación y el sistema cardiovascular, fortalece la musculatura en piernas y glúteos, aumenta la resistencia física y alivia el estrés, entre otros beneficios. Este deporte por lo regular se realiza en forma grupal.

Kick boxing

Es un deporte de contacto que combina patadas y golpes de puño. Consiste en golpear sacos y realizar simulación de lucha contra un enemigo invisible. Algunos de sus beneficios son: liberar tensión, mejorar la flexibilidad y la resistencia cardiovascular, así como aumentar la fuerza y definición muscular.

Tae kwon do

Es un arte marcial en el que se emplean pies y manos para la defensa personal. Las técnicas de esta actividad están ideadas para ejercitar todos los músculos y las articulaciones del cuerpo a través de movimientos angulares y circulares.

Acondicionamiento físico con pesas

Su principal objetivo es fortalecer los músculos. Se utilizan mancuernas, pesas libres que incluyen barras ajustables a cada extremo y pesas fijas que pueden ajustarse con la mano, máquinas especialmente diseñadas, etc. Estos aparatos son ideales para desarrollar pecho, brazos y hombros

Pilates

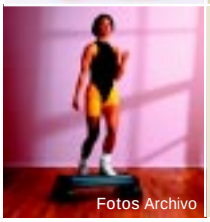
Esta actividad permite fortalecer los músculos, alinear el cuerpo y aumentar la fuerza y la flexibilidad. Su técnica consiste en repetir una serie de movimientos que se centran básicamente en la espalda baja y en el abdomen. Esta disciplina se adapta a los requerimientos de cada persona.

Natación

Se considera como uno de los deportes más completos, pues permite poner en movimiento los músculos de prácticamente la totalidad del cuerpo. En esta actividad predomina el entrenamiento de la resistencia y la capacidad cardiorrespiratoria.

Yoga

Es una actividad que se realiza en distintas posturas y donde el control de la respiración es uno de los factores más relevantes. Contribuye a fortalecer los músculos, a mejorar la flexibilidad y a lograr un equilibrio mental y físico. Esta actividad está recomendada para cualquier persona, independientemente de su género y edad.



Aeróbicos

Son una serie de ejercicios que requieren un considerable consumo de oxígeno, de modo que el músculo utiliza como combustible principalmente las grasas. Mejoran el sistema cardiovascular y disminuyen la grasa corporal.

Los clubes deportivos (que ofrecen actividades sociales y familiares, y cuentan con restaurantes, áreas verdes, etc.) también son una opción para realizar varias actividades físicas; la principal diferencia con los gimnasios es que se rigen comúnmente por membresías, acciones, socios, etc. Para pertenecer a este tipo de establecimientos, por lo general se paga una membresía (vitalicia o anual) y un mantenimiento en pagos diferidos (mensual, bimestral, trimestral o anual). Según los resultados del sondeo, el desembolso anual para asistir a clubes deportivos privados suma aproximadamente entre $13,000 y $35,150. En este artículo, abordaremos únicamente los establecimientos que sólo ofrecen el servicio de gimnasio.

Si bien cualquier actividad deportiva es benéfica para quien desee practicarla, antes de seleccionar alguna consulte a su médico para que le indique si ese ejercicio es adecuado para usted. Esto es muy importante porque si usted padece un problema de salud, lleva una vida sedentaria, fuma, tiene sobrepeso u obesidad, padece alguna enfermedad cardiovascular o tiene una lesión que le impida realizar correctamente el ejercicio, no obtendrá los resultados esperados o inclusive puede empeorar su salud.

Para identificar cualquiera de estos riesgos, el doctor Miguel Ángel Serrano, jefe de departamento de la Dirección de Medicina y Ciencias de la Conade, recomienda que se realice un examen médico que como mínimo contemple los antecedentes hereditarios y familiares; los hábitos higiénicos, alimenticios, etc.; una exploración física de los signos vitales (frecuencia cardiaca y presión arterial); una revisión de la cabeza, pies, boca, cuello, etc., así como una auscultación detallada que permita detectar soplos y arritmias cardiacas.

El tiempo promedio para practicar el examen es de 20 a 30 minutos y puede realizarlo un médico general, sin embargo, es preferible que lo haga un médico especialista en deporte, quien hará una valoración física más precisa. En la Conade pueden indicarle con quién acudir; para mayor información en la Ciudad de México llame al 5927-5200, extensión 2601; para cualquier otro lugar de la República, al 01(55) 5528-7349, o puede consultar además la lista de las instituciones estatales de deporte en nuestro sitio de internet: www.profeco.gob.mx

Características generales de los gimnasios visitados por Profeco

		Porcentaje del total de gimnasios que cumplen con lo siguiente:
Infraestructura	El inmueble está pensado para usarse como gimnasio	60
Seguridad	Se ven salidas de emergencia	12
	Señalización para hacer uso correcto del equipo y evitar accidentes	58
	Extintores	61
Servicios médicos	Enfermería	5
	Solicita un examen médico para ingresar	26
Servicios básicos	Regadera	57
	Vestidores	65
	Lockers o casilleros	49
Información al usuario	Se informa al usuario un plan de trabajo en particular	88
	Se entrega un reglamento para el uso del gimnasio y la prestación de cada servicio	78
	El precio del servicio está a la vista del público	31
Atención	El usuario recibió buena atención	69

Fuente Elaboración propia. Levantamiento del 23 de septiembre al 8 de octubre de 2004.

Antes de elegir...

Si bien es cierto que la ubicación del gimnasio, la oferta de actividades que tenga y su precio son factores determinantes para elegir, es importante

¿Por qué es bueno hacer ejercicio?

Beneficio físico

Ayuda a fortalecer los huesos, tendones y ligamentos, y aumenta la densidad ósea; contribuye a controlar el colesterol y glucosa en la sangre; permite tener un mejor funcionamiento en la respiración, circulación de la sangre y digestión, y disminuye la frecuencia cardiaca, entre otros.

Previene enfermedades. Contribuye a disminuir el riesgo de padecer alguna enfermedad cardiaca, diabetes, cáncer de colon, de pulmón y de mama; previene la artritis debido a que, mediante el movimiento, el tejido recibe nutrientes que hacen más flexibles las articulaciones y cartílagos.

Beneficios psicológicos

Disminuye el estrés al reducir la ansiedad y la depresión; ayuda a dormir mejor y activa la circulación sanguínea, lo cual favorece la capacidad de aprendizaje y la concentración.

Recuerde que para mantenerse en forma es indispensable combinar una alimentación variada y equilibrada con ejercicio regular.

Fotos Archivo

Precios por número de actividades

Foto Archivo

Rango de actividades	Porcentaje del total de gimnasios que ofrecen la actividad	Porcentaje de gimnasios que cobran inscripción	Inscripción anual	
			Precio mínimo	Precio máximo
2 actividades	12	28	20	800
Entre 3 y 5 actividades	39	45	25	600
Más de 5 actividades	36	45	30	500

Nota: los precios incluyen IVA

que no pase por alto ninguna de las siguientes características para cerciorarse de que se trata de un lugar seguro, con lo que evitará contratiempos:

- Tenga en cuenta la higiene y las condiciones en las que se encuentran las instalaciones. En el sondeo se encontró que las casas-habitación adaptadas para funcionar como gimnasios por lo general tienen una mala ventilación e iluminación, y la mayoría no cuenta con salidas de emergencia.
- Identifique si hay señalamientos sobre el uso correcto de los aparatos y vea si el espacio en donde se realizará el ejercicio es suficiente. Tome en cuenta el número de practicantes en la hora de más afluencia, si es que usted va asistir a dichas horas.
- Cuando visite un gimnasio, pida que le muestren las instalaciones del inmueble, así podrá cerciorase de su limpieza, seguridad (extinguidores, salidas de emergencia, etc.), servicios y la diversidad de aparatos con los que cuenta.
- Otro aspecto que debe tener en cuenta es la responsabilidad que el gimnasio asume respecto al cuidado de su salud. Como ya lo mencionamos, es importante realizarse un examen médico antes de practicar cualquier deporte y, en este aspecto, encontramos que sólo 26% de los gimnasios lo exige como requisito de ingreso.
- De preferencia elija un gimnasio cuyos instructores sean personas calificadas; no permita que lo orienten personas que no cuenten con los conocimientos necesarios en la actividad que usted vaya a desarrollar. Si el instructor tiene un certificado avalado por alguna institución oficial como la Escuela Nacional de Entrenadores o la Escuela Superior de Educación Física, es un buen parámetro de seriedad y calidad.
- Al inscribirse, pida el reglamento o un contrato por escrito en donde se especifiquen las condiciones de uso del gimnasio, horarios y actividades a las que tiene derecho. En caso de que el reglamento o el contrato no especifiquen estos puntos, aclárelos para evitar sorpresas.
- No olvide preguntar por los días en que puede practicar sus actividades físicas, así como la disponibilidad de horarios. En nuestras visitas a los gimnasios, a pesar de que la mayo-

Foto Archivo

	Precio mensual		
Precio más frecuente	Precio mínimo	Precio máximo	Precio más frecuente
50	150	2,500	180 a 200
50 a 100	150	1,400	300 a 450
100 a 150	150	1,500	300 a 400

Fuente: Elaboración propia.
Levantamiento del 23 de septiembre al 8 de octubre de 2004.

ría abre de lunes a viernes en horarios variados, sólo el 12% abre los sábados y domingos, y por lo general lo hace sólo durante medio día.

- Pregunte por los servicios adicionales que ofrecen: instructores personalizados, nutriólogos, tiendas, guardería, restaurante y cafetería, entre otros.
- Le sugerimos fijarse en los aspectos que tomamos en cuenta en nuestro sondeo y que aparecen en la tabla de características generales (pág. 31).

El precio de estar en forma

Uno de los aspectos más importantes que debe considerar para elegir un gimnasio es, sin duda, el precio. Los principales factores que inciden en él son la infraestructura del gimnasio, la zona en donde se ubica, el número de actividades que desee contratar y los servicios con que cuenta, como regaderas, casilleros, cafetería, guardería, etc. Se observó que 21% de los gimnasios cobran inscripción y sólo en el 6% aplican diferentes precios entre hombres y mujeres, siendo más barato para ellas.

- Por actividad individual. El precio por practicar una sola actividad puede variar dependiendo de la actividad de que se trate. De acuerdo con nuestro sondeo, el *kick boxing* fue una de las actividades más económicas por sesión, mientras que la natación fue la más cara.

Además, en la mayoría de los establecimientos en donde se practica natación y tae kwon do se cobra inscripción, pero en aquellos en donde se ofrece *spinning* y pilates, por lo general, sólo se cobra por sesión o por paquetes de clases (de 10, 12, 16, 20 o 24 sesiones al mes).

En el cuadro del final de la página se observan las diferencias de precios entre actividades. Es decir, usted puede encontrar gimnasios con inscripciones anuales que van desde $20 hasta $900, o bien, para el caso de una misma actividad también puede encontrar grandes diferencias de precios. Por ejemplo, una sesión de pilates puede costar desde $13 hasta $238. La diferencia en este caso se debe a la ubicación del gimnasio y el tipo de ejercicio (pilates en piso o en cama), siendo el segundo el de mayor precio.

El acondicionamiento físico con pesas se practica en más de la mitad de los gimnasios visitados. En el cuadro parecería ser la actividad más cara, pero esto se debe a que es la única con precios mensuales; no obstante, si igualáramos los precios por sesión al mes, resulta ser la actividad más económica.

Precio de actividades que pueden ser contratadas individualmente

Actividades	Porcentaje del total de gimnasios que ofrecen las actividades	Porcentaje de gimnasios que cobran inscripción	Inscripción anual (pesos)			Precio por clase o sesión (pesos)		
			Precio mínimo	Precio máximo	Precio más frecuente	Precio mínimo	Precio máximo	Precio más frecuente
Kick boxing	25	45	20	900	50 a 100	11	125	15 a 30
Tae kwon do	15	62	25	600	100 a 250	12	133	15 a 30
Pilates	25	37	30	500	50 a 250	13	238	17 a 33
Spinning	51	28	25	600	50 a 250	10	56	20 a 30
Natación	8	96	40	750	350 a 500	25	350	65 a 95
Acondicionamiento físico con pesas	54	45	20	900	50 a 100	100*	850*	180 a 200*

Los precios por sesión se calcularon individualmente cuando se observaron paquetes de sesiones.
* Precio mensual.

Todos los precios incluyen IVA.

Fuente Elaboración propia.
El levantamiento se llevó a cabo del 23 de septiembre al 8 de octubre de 2004.

Reporte del Laboratorio Profeco: BEBIDAS HIDRATANTES

Marca / Presentación	Información al consumidor	Información nutrimental (en base a 500 ml)			Precio por 500 ml ($)
		Contenido energético (kcal)	Sodio (mg)	Potasio (mg)	
			Declarado / Verificado	Declarado / Verificado	
Enerplex / 600 ml Limón o Naranja	Completa	125	229/196	121/173	**6.10**
Fierce / 500 ml Frutas salvajes o Frutas intensas	Completa	117	229/206	62/64	**9.40**
Gatorade / 500 ml Limón o Naranja	Completa	117	229/209	62/64	**9.40**
Jumex Sport / 600 ml Limón o Naranja	Declara ser bajo en sodio pero su contenido es similar a los demás.	120	203/197	53/55	**4.70**
Powerade / 600 ml Limonada	Completa	154	248/190	No declara/84	**7.60**
Powerade / 600 ml Maracuyá	Completa	154	148/151	82/83	**7.60**
Propel / 500 ml Limón o Durazno	Declara ser bajo en calorías pero no es significativamente más bajo que la mayoría.	100	73/73	83/81	**7.90**
Xplode / 600 ml Limón o Toronja a los demás.	Declara ser bajo en sodio pero su contenido es similar	108	220/195	96/74	**4.10**

Por varias actividades. Para elaborar la comparación de precios se realizaron grupos por número de actividades. Se pudo observar que sólo 12% de los gimnasios encuestados ofrecen 2 actividades y 36% ofrecen más de 5.

En el cuadro de la pág. 32 se presentan precios por el número de actividades inscritas, el cual incluye inscripción y mensualidad. Al igual que en el cuadro anterior, los precios tienen diferencias importantes. Los gimnasios con mayor variación de precio fueron los que ofrecen dos actividades. Esto se debe a que algunos se especializan en las actividades que ofrecen y brindan sesiones personalizadas o grupales con cupo limitado, por lo que son de mayor precio. Por ejemplo, el precio

Bebidas hidratantes

Foto Archivo

Si va a hacer ejercicio, tal vez quiera consumir bebidas hidratantes. En la tabla de esta misma página le decimos sus características y en qué se distinguen de otros productos que pudieran parecer similares, en particular, de las llamadas bebidas "energetizantes".

Además de la pérdida de agua, uno de los efectos de la transpiración es la pérdida de sales minerales como el sodio y el potasio, esenciales para mantener el balance electrolítico que, a su vez, es necesario para mantener al cuerpo debidamente hidratado. Por esta razón, cuando se suda mucho no siempre es suficiente beber agua, también es necesario reponer las sales minerales perdidas.

Otro elemento importante para el buen rendimiento físico durante esfuerzos intensos y prolongados –como en una carrera de fondo o un partido– es mantener niveles de azúcar adecuados, lo cual puede conseguirse ingiriendo bebidas con hidratos de carbono (azúcares) durante el ejercicio.

Foto Archivo

máximo encontrado de $2,500 es el de un gimnasio especializado en pilates, donde la sesión tiene un cupo máximo de 5 personas.

Aquellos que manejan entre 3 y 5 actividades resultaron tener las tarifas más estables, con precios entre $300 y $450 mensuales.

Le recomendamos...

- En los gimnasios existe gran disparidad de precios en inscripción y mensualidad como resultado de la ubicación, la diversidad de instalaciones y los servicios que ofrecen. Ubique el gimnasio que mejor se adecue a sus necesidades y presupuesto.
- Pregunte tanto por el precio de una sola actividad, como por el de varias. Puede resultar más barato contratar varias actividades que una sola, pero siempre tenga en cuenta aquellas a las que realmente va asistir.
- Pida informes sobre las promociones que tiene el gimnasio de su interés, tal vez obtenga alguna ventaja. En nuestro sondeo identificamos que 51% de los establecimientos utilizaron diversas promociones. Las más sobresalientes fueron: descuentos en la mensualidad (21% del total), aquellas en las que paga una persona y se permite la entrada gratuita de otra (19%), inscripción sin costo (18%), paquetes por varias actividades a precio de una o de dos (16%) y clases gratis (8%).
- Otra modalidad que puede aprovechar es la reposición de clases perdidas, en donde usted paga sólo por las sesiones a las que asiste. Este tipo de promociones son empleadas por gimnasios en donde se practican actividades por clase como *spinning*, pilates y *kick boxing*.

Fuentes Entrevista con el doctor Miguel Ángel Serrano Ochoa, jefe de departamento de la Comisión Nacional del Deporte (Conade), y con el doctor Francisco Bermejo Mondragón, director de la Escuela Nacional de Entrenadores Deportivos • *Encuesta Nacional de Nutrición*, 1998 y 1999 • *Encuesta Nacional de Salud*, 2000 • *Encuesta Urbana de Alimentación y Nutrición de la Zona Metropolitana del Valle de México* (Enurbal), 2002 • *The Atlas of Heart Disease and Stroke*, Organización Mundial de la Salud, 2004

Otra opción

El Gobierno Federal cuenta con el Programa Nacional de Activación Física, cuyo principal objetivo es formar en la población una cultura sobre el deporte. En este programa gratuito se hacen pruebas sencillas de valoración física, resistencia, flexibilidad, fuerza, frecuencia cardiaca, etc., de acuerdo con la edad, ocupación y sexo del consultante, y se le asesora para que aprenda a preparar su propio programa de activación física.

Pregunte por la autoridad estatal o municipal del deporte en su comunidad o consulte el sitio de internet de la Conade:

www.conade.gob.mx

Todo lo anterior es el propósito de las denominadas bebidas hidratantes –o rehidratantes–, cuya formulación favorece una mejor absorción del agua y la recuperación de los electrolitos perdidos durante el ejercicio.

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor analizó siete marcas de bebidas hidratantes. Aunque la composición varía según cada marca, en general sus componentes principales son agua, azúcares (como fructosa, glucosa, dextrosa, sacarosa o maltodextrinas) y sales minerales (principalmente sodio y potasio). La tabla de resultados de la pág. 34 muestra la composición de los productos analizados. Se incluye el precio promedio pagado al adquirir las muestras de las bebidas.

Tenga en cuenta que en el caso de personas que por razones de salud deben controlar sus niveles de sodio o potasio, este tipo de bebidas no deben ser consumidas sin supervisión médica; también considere que su contenido calórico es importante.

Es importante destacar que las bebidas hidratantes difieren significativamente de las bebidas "energetizantes" (*Red Bull*, *Cult*, *Reanimator*,...); estas últimas, más que favorecer la hidratación, contienen ingredientes que en conjunto tienen un efecto estimulante, cafeína por ejemplo; de hecho, los efectos diuréticos de la cafeína pueden acentuar la deshidratación y, dependiendo de la persona, aumentar el ritmo cardiaco, lo que puede ser contraproducente durante el ejercicio.

Fuente Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor

Dada la enorme diversidad de marcas y modelos de *pants* que el mercado ofrece, es relevante poner a disposición de usted información sobre la calidad de estas prendas para que elija la más cómoda y, por supuesto, la mejor.

Conjuntos deportivos (*pants*)

En los últimos años se ha vuelto común el uso de *pants*, nombre con que se conoce a la vestimenta utilizada por quienes practican un deporte, se proponen hacerlo o simplemente buscan comodidad. El conjunto consta de chamarra y pantalón, y la mayoría están hechos con fibras de algodón, poliéster, nylon o mezclas de éstos.

Dada la enorme diversidad de estas prendas que se ofrecen en el mercado, el Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor seleccionó muestras de varias marcas con la finalidad de evaluar sus controles de calidad a través de algunos de sus productos. Así, se encontró que la calidad de los *pants* es diversa –información incorrecta en las tallas y tipo de tela, resistencia al encogimiento, a la decoloración y otros factores–, lo que hace necesario proporcionar esta infomación al consumidor.

Foto Archivo

Foto Archivo

El estudio

Se analizaron *pants* para dama y caballero en diferentes colores y estampados, fabricados en algodón, poliéster, nylon o mezclas de éstos. Los modelos con partes fabricadas con otras fibras se clasificaron conforme a la preponderancia de éstas.

Cada modelo fue sometido a trece pruebas e inspecciones. Para su mejor comprensión se agruparon en nueve conceptos, mismos que se describen a continuación.

Información al consumidor

Como cualquier otra prenda, los *pants* deben ostentar en español, en una o más etiquetas permanentes colocadas en la parte interior del cuello o cintura, o en cualquier otro lugar visible, información como marca comercial, descripción de insumos (porcentaje en orden de predominio), talla, instrucciones de cuidado (que pueden ser símbolos), país de origen, así como nombre, denominación o razón social y registro federal de contribuyentes del fabricante o importador.

Foto José Rodríguez

Identificación de fibras (composición de telas)

Se verificó que los materiales de fabricación correspondieran a lo indicado en la etiqueta.

Confección (acabados)

Se verificó que las prendas tuvieran buena presentación y estuvieran libres de defectos a simple vista. En particular, se revisó la uniformidad de costuras, hilos excedentes, firmeza de botones o broches, homogeneidad de color, defectos en telas (homogeneidad de la tela, uniformidad del tejido) y simetría en piezas.

Normatividad

Las pruebas del presente estudio se basaron en las siguientes normas:

NOM-004-SCFI-1994. Información comercial. Etiquetado de productos textiles. Prendas de vestir y sus accesorios.

NMX-278-1997-INNTEX. Tejido de punto. Descripción de defectos. Sección I. Generalidades.

NMX-A-240-INNTEX-2004. Industria textil. Vestido. Símbolos en las instrucciones de cuidado de los artículos textiles. Especificaciones.

NMX-A-84-1966. Método de prueba para el análisis cuantitativo de los materiales textiles.

NMX-A-162-1971. Método de prueba para la identificación de fibras y filamentos textiles.

NMX-A-72-INNTEX-2001. Determinación de la masa del tejido por unidad de longitud y por unidad de área.

NMX-A-158-INNTEX-1999. Determinación de los cambios dimensionales en el lavado de tejidos de calada y de punto, método de prueba.

NMX-A-165/2-1995-INNTEX. Método de prueba para determinar la solidez del color a

Tallas

Se verificó que las dimensiones de las prendas correspondieran a un patrón de tallas. Este patrón fue definido por el Laboratorio, con base en lo encontrado en éste y en estudios previos.

Foto José Rodríguez

Foto José Rodríguez

Resistencia de la tela

Se sometió la tela de las prendas a esfuerzos que simulan el uso cotidiano. Todos los productos pasaron satisfactoriamente la prueba.

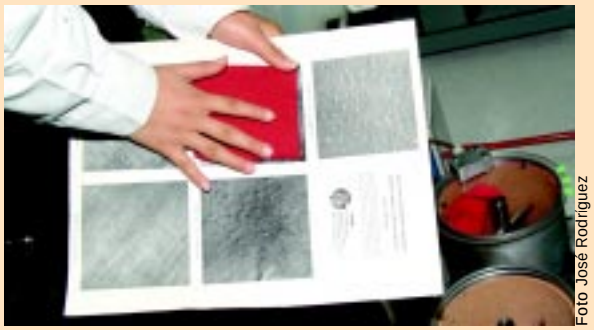


Foto José Rodríguez

Resistencia a la decoloración

Se evaluó el daño en las prendas cuando son secadas al sol; también se evaluó el comportamiento de la tela ante factores como el lavado y la transpiración. Las prendas fueron sometidas a un equivalente de 65 horas de sol.

Foto José Rodríguez

Resistencia a la formación de borlas

Se evaluó la resistencia de la tela a la formación de borlas después de someterla a esfuerzos similares al uso o lavado, que es cuando éstas se producen.

Foto José Rodríguez

Resistencia al deterioro por lavado

Se evaluó el desgaste de la prenda al ser sometida a 55 ciclos normales de lavado. Se realizaron mediciones de resistencia, pérdida de masa y apariencia.

Dispersión de la humedad

Se evaluó la capacidad de la tela para disipar el sudor. Este factor puede ser importante dado que la sensación de humedad tiende a incomodar al deportista.

Resistencia al encogimiento

Se determinaron los cambios dimensionales en las prendas después de un ciclo de lavado automático. Estos cambios no debían ser mayores al 3% de la medida original (un cambio mayor representa una talla diferente).

Ficha técnica

Periodo de muestreo: 4 de septiembre al 29 de octubre de 2004
Periodo de análisis: 11 de septiembre al 5 de noviembre de 2004
Marcas / modelos analizados: 37 marcas / 57 modelos
Pruebas realizadas: 3,520

la luz y a la intemperie. Parte 2. Solidez del color a la luz artificial, prueba de la lámpara de decoloración de arco de xenón.
NMX-A-74-1995-INNTEX. Método de prueba para determinar la solidez del color al lavado doméstico e industrial.
NMX-A-311-1997-INNTEX. Método de prueba para preparación, marcado y mediciones de especímenes de las telas y prendas para determinar los cambios dimensionales.
NMX-A-177-1995-INNTEX. Método de prueba para determinar la resistencia a la formación de frisas en tejidos de calada y de punto.
NMX-A-216-1996-INNTEX. Método de prueba para determinar la resistencia al reventamiento de géneros de punto (método de Mullen Burst).
NMX-A-065-1995-INNTEX. Método de prueba para la determinación de la solidez del color al sudor.
AATCC 79-1992. Absorbencia de líquidos en textiles.

Conjuntos deportivos (*pants*)

En orden alfabético y por marca

Marca / Modelo / País de origen	Información al consumidor	Defectos en tela y confección	Verificación de tallas	Identificación y contenido de fibras (%)		Resistencia a la formación de borlas	Resistencia al desgaste	Resistencia al encogimiento	Resistencia a la decoloración	Resistencia de la tela	Rapidez en el secado	Características
				Indicado	Verificado							
Adidas / 964115 chamarra, 964097 pantalón / Perú	Incompleta*	E	E	85% CO 15% PES	100% CO	E	B	E	E	B	E	1
Adidas / QUARINX370569 / Camboya	Incompleta*	E	E	100% PES	100% PES	E	E	E	B	B	B	1
abc Sport Wear / No presenta / México	Incompleta*	B	E	50% PES 50% CO	60% PES 40% CO	R	E	B	E	B	E	2
Altis Sport Wear / 13804 / México	Completa	B	E	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	B	R	B	E	B	E	1
Ardex / No presenta / México	Incompleta*	B	B	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	B	E	E	E	E	E	2
Atletica / 305010 / México	Completa	E	E	100% PA	100% PA	E	B	E	R	B	B	1
Athletic AW / 0936 sudadera, 0898 pantalón / México	Completa	E	E	100% PES	100% PES	E	E	E	E	B	B	1
Basix Men / 5079 chamarra, 5080 pantalón / México	Incompleta*	E	E	50% CO 50% PES	25% CO 75% PES	R	R	B	B	B	P	2
Cruzeiro / No presenta / México	Incompleta*	B	B	50% PES 50% CO	70% PES 30% CO	B	E	B	B	B	P	2
Diadora / Traje Diadora / México	Completa	E	E	100% PES	100% PES	E	E	E	E	B	B	1
Everlast / 37200 / México	Completa	E	E	86% CO 14% PES	86% CO 14% PES	E	E	B	E	B	E	1
Extreme / AG3-D, AG4-D / México	Completa	E	E	50% CO 50% PES	40% CO 60% PES	B	R	B	E	B	P	1
Fila / 0461 / Malasia	Incompleta*	E	E	100%PES	100% PES	E	B	E	E	B	E	2
Fubu / FJ7705 / México	Completa	B	B	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	R	E	B	R	B	E	2
Fruit of the Loom / No presenta / Honduras	Incompleta*	E	E	50% PES 50% CO	55% PES 45% CO	B	E	E	E	B	E	1
Ivonne / No presenta / Colombia	Completa	E	P	93% CO 7% EL	93% CO 7% EL	B	E	B	R	R	E	2
Jerzees / No presenta / México	Completa	B	E	50% CO 50% PES	60% CO 40% PES	R	E	E	E	B	E	1
Kappa / No presenta / México	Incompleta*	B	E	100% PES	100% PES	E	E	E	E	B	P	2
Kappa / PA-AEQ / México	Completa	B	E	100% PES	100% PES	E	E	E	E	B	E	1
Lotto / Pantalón Pumas 04 / Colombia	Incompleta*	E	B	100% PA	100% PA	E	E	E	B	B	E	2
Lotto / Sudadera Pumas 04 / México	Completa	E	B	50% PES 50% CO	50% PES 50% CO	R	E	E	E	B	E	2
Le coq sportif / pantalón 312.100, chamarra 612.107 / Vietnam	Incompleta*	E	E	100% PA	100% PA	E	E	E	E	E	B	1
Majessma Sport / 1054 / México	Completa	E	E	50% PES 50% CO	50% PES 50% CO	R	B	B	E	B	E	1
Menta / 7517 / México	Completa	E	B	50% PES 50% CO	50% PES 50% CO	R	E	B	E	B	E	1
Mucino / No presenta / México	Completa	R	B	96% CO 4% EL	96% CO 4% EL	E	E	B	E	R	E	1
New Balance / NB 100 / México	Completa	B	E	100% PES	100% PES	E	B	E	B	R	P	2
New Balance / WGTT4020 / Taiwán	Completa	E	B	93% PES 7% EL	93% PES 7% EL	P	E	E	E	B	E	1
Nike / RN#56323 / Indonesia	Incompleta*	E	E	100% PES	100% Pes	E	E	E	E	E	E	2
Nike / 142464 / India	Completa	E	E	100% PA	100% PA	E	E	E	E	B	B	1
NFL / No presenta / Hong Kong	Completa	E	E	100% PES	100% PES	E	E	E	B	B	P	2

E = Excelente | MB = Muy bien | B = Bien | R = Regular | P = Pobre

Marca / Modelo / País de origen	Información al consumidor	Defectos en tela y confección	Verificación de tallas	Identificación y contenido de fibras (%)		Resistencia a la formación de borlas	Resistencia al desgaste	Resistencia al encogimiento	Resistencia a la decoloración	Resistencia de la tela	Rapidez en el secado	Características
				Indicado	Verificado							
Optima / No presenta / México	Completa	B	B	50% CO 50% PES	35% CO 65% PES	R	E	E	E	B	P	1
Prince / 471090 / México	Completa	E	B	100% PES	100% PES	R	E	E	E	E	E	2
Reebok / AEMU4031 / Camboya	Completa	E	E	100% Pes	100%PES	E	E	E	E	B	B	1
Reebok Classic / AMMC4328 / Vietnam	Completa	E	B	100% CO	100% CO	B	B	B	B	B	P	1
Rigi 58 / 71522 / México	Completa	E	B	95%CO 5% EL	95% CO 5% EL	E	E	E	E	R	B	1
Salomon / 3141 / México	Completa	B	B	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	B	E	B	E	E	E	2
Stratos / No presenta / España	Completa	E	E	50% PES 50% CO	50% CO 50% PES	R	E	E	E	B	E	1
Tex / 0834 / México	Completa	R	P	50% CO 50% PES	45% CO 55% PES	R	E	E	E	B	E	2
Tribu / 49103P / Indonesia	Completa	E	B	100% CO	100% CO	B	B	E	R	R	P	2
Umbro / 692775/40192 / República Democrática Popular de Laos	Completa	E	E	50% CO 50% PES	52% CO 48% PES	E	E	E	E	E	P	2
Voit Sport Team / No presenta / México	Completa	E	E	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	B	E	B	E	B	E	1
Weekend / B77563 / México	Completa	E	E	92% CO 8% EL	92% CO 8% EL	E	B	E	E	R	E	1
Weekend / 13740 chamarra, 13268 pantalón / México	Completa	B	B	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	R	E	B	B	E	P	2
Weekend / 13921 / México	Completa	B	B	50% CO 50% PES	52% CO 48% PES	B	B	B	E	B	E	1
Weekend / 1051 / México	Completa	E	B	50% CO 50% PES	45% CO 55% PES	B	E	E	E	B	B	1
Weekend / 37006 chamarra, 37007 pantalón / México	Completa	B	B	50% PES 50% CO	49% PES 41% CO	R	E	E	E	B	B	1
Weekend / 7000 chamarra, 7001 pantalón / México	Completa	B	B	50% PES 50% CO	55% PES 45% CO	R	E	E	E	B	E	2
Weekend / 31003 / México	Completa	E	E	50% PES 50% CO	55% PES 45% CO	R	E	E	E	B	E	2
Weekend Active / B77803 chamarra, 077596 pantalón / México	Completa	B	E	92% CO 8% EL	92% CO 8% EL	E	B	E	E	R	B	1
Weekend / B77562 / México	Completa	B	E	92% CO 8% EL	92% CO 8% EL	B	B	E	E	R	B	1
Wilson / 640 / Indonesia	Completa	B	E	100% PES	100% PES	E	E	E	B	R	B	2
Wilson / 684 / Hong Kong	Completa	R	E	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	R	E	B	E	B	P	1
Wilson / 736 / Indonesia	Completa	R	E	100% PES	100% PES	E	B	E	E	R	B	2
Wilson / 687 / Hong Kong	Completa	B	E	50% CO 50% PES	20% CO 80% PES	R	E	E	E	B	P	1
Winds / 81350 / México	Incompleta*	B	E	50% CO 50% PES	50% CO 50% PES	R	E	E	R	B	E	2
725 Originals / WJ-161 sudadera, WJ-160 pantalón / México	Completa	B	B	50% PES 50% CO	50% PES 50% CO	R	E	B	E	B	E	1
725 Originals / WC-075 chamarra, WC-074 pantalón / México	Completa	E	B	100%CO	100% CO	B	E	B	E	E	P	2

Características **1** se refiere a chamarra con gorro y jareta de ajuste, cierre al frente y cardigan en costados. Pantalón con cardigan, elástico y jareta de ajuste. **2** se refiere a chamarra con cuello alto, cierre al frente hasta el cuello, con bolsa vertical al frente, Pantalón con jareta en cintura y cierre al frente y en final de pierna en los laterales.

Información al consumidor * significa instrucciones de cuidado incompletas.

Fibras CO es algodón, PES es poliéster, PA es poliamida o nylon y EL es elastano.

Recomendaciones de compra

- Dada la poca precisión en las tallas de estos productos, es importante probarse la prenda antes de comprarla.
- Asegúrese de que las prendas no tengan defectos visibles como hilos excedentes, nudos, puntos abiertos, decoloraciones o cualquier otra anomalía en su textura, forma, tamaño o simetría.
- El precio de estos productos, como el de muchos otros, varía considerablemente entre marcas y establecimientos. Antes de comprar, compare calidad y precios.

Recomendaciones de conservación

- Antes de usar la prenda revise que la etiqueta incluya instrucciones de cuidado y conservación.
- No exponga su prenda por tiempo prolongado al sol.
- Cuando use lavadora procure separar sus prendas de color para evitar la transferencia de color hacia otras prendas.

Foto Archivo

Conclusiones y recomendaciones generales

Las pruebas realizadas produjeron resultados muy diversos para cada uno de los conceptos evaluados en cada uno de los productos. Dado que el uso específico que se dé a los *pants* define la importancia relativa de cada concepto evaluado, la tabla de resultados se presenta en orden alfabético por marca (páginas 40 y 41).

Varios modelos analizados presentaron un encogimiento que llega a representar un cambio de talla (vea las tablas).

Un problema frecuente en los productos analizados es que no cumplen con el tipo de tela que declaran.

Varios modelos presentaron problemas de decoloración. Este tipo de falla en general proviene de una baja calidad del algodón y/o de un deficiente proceso de teñido (vea las tablas).

Se encontraron modelos con problemas de confección como baja resistencia en costuras, asimetría en sus partes y homogeneidad en color, entre otras (vea las tablas).

Un elemento importante a considerar en estos productos es su peso. Le sugerimos tenerlo en cuenta dado que algunos *pants* pueden llegar a incomodar por su peso.

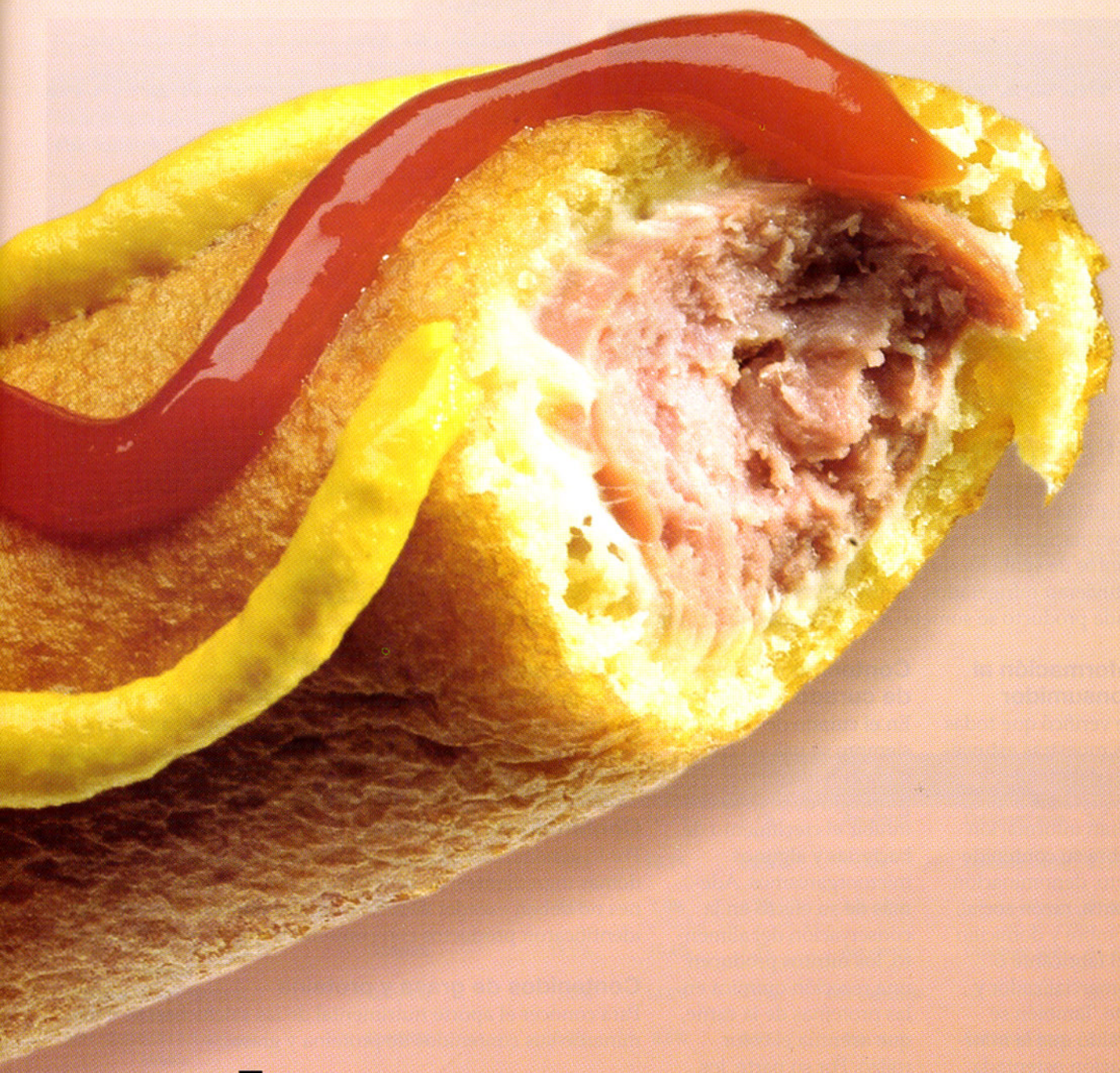
Foto Archivo

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor al teléfono 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede cosultar otros estudios de calidad en nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx

Salchichas

Como entrada, a la parrilla, en hot dogs o de muchas formas más, las salchichas son muy consumidas por los mexicanos, por lo que en el mercado pueden encontrarse de diferentes tipos: Viena, cocktail, botanera, hot dog...
Lo invitamos a conocer la calidad de las salchichas de su preferencia.

Foto José Rodríguez



En general la composición de las salchichas varía de marca a marca: mientras unas contienen carne de cerdo, otras llevan pavo, pollo o alguna mezcla de éstos; su ingrediente principal, sin embargo, es el agua (70% aproximadamente), y además de la carne y las sales de curado (nitritos), las diversas marcas añaden fosfatos y otros ingredientes como proteínas no cárnicas (principalmente de soya), almidones y grasas (casi siempre de cerdo). Pero la incorporación de estos ingredientes se hace a costa del contenido de carne, con lo cual se abarata el producto.

Un resultado importante del presente estudio es la enorme diversidad de formulaciones empleadas para la elaboración de salchichas, tanto por el tipo de carne como por los aditivos.

Ficha técnica

Normatividad

NOM-122-SSA1-1994. Bienes y servicios. Productos de la carne. Productos cárnicos curados y cocidos, y curados emulsionados y cocidos. Especificaciones sanitarias.

NOM-002-SCFI-1993. Contenido neto. Tolerancias y métodos de verificación.

NOM-051-SCFI-1994. Especificaciones generales de etiquetado para alimentos y bebidas no alcohólicas preenvasados.

Reglamento de control sanitario de productos y servicios.

Fotos José Rodríguez

El estudio

El Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor analizó 46 marcas: 36 de salchicha y 10 de salchicha cocktail. Aunque la gran mayoría se comercializa a nivel nacional, todos los productos analizados fueron comprados en diversos puntos de venta localizados en el Distrito Federal, y al adquirirlos, se verificó que estuvieran refrigerados, dentro de fecha de caducidad y en empaques cerrados. Cada producto se sometió a las pruebas que se indican a continuación.

Información al consumidor

Se verificó que todas las muestras estuvieran debidamente etiquetadas e incluyeran información sobre su contenido neto, denominación, marca, razón social, nombre y domicilio del fabricante o comercializador y lote. También se evaluó que la información ostentada fuera veraz y no confundiera al consumidor.

Calidad sanitaria

Se verificó que las salchichas tuvieran un adecuado manejo sanitario y no presentaran microorganismos patógenos. Ningún producto presentó problemas.

Contenido de sales de curado y fosfatos

En el curado de carne casi siempre se usa sal combinada con nitritos; el propósito de la mezcla es inhibir el crecimiento de bacterias y algunos microorganismos. Además de su efecto en la conservación del alimento, los nitritos producen una reacción química en las proteínas de la carne, que acentúa el color rojizo. Por su parte, los fosfatos se usan para mejorar la capacidad de unión de los ingredientes con el agua que se agrega al producto. El contenido de nitritos y fosfatos en los alimentos se encuentra regulado por la Secretaría de Salud; en ningún caso se detectaron contenidos que representaran un riesgo para el consumidor.

Tipo de carne empleada

Para verificar la veracidad de lo ofrecido en la etiqueta de cada producto se determinó que el tipo de carne empleada fuera la declarada. Asimismo, se identificó a los productos que agregan soya.

Contenido de almidones

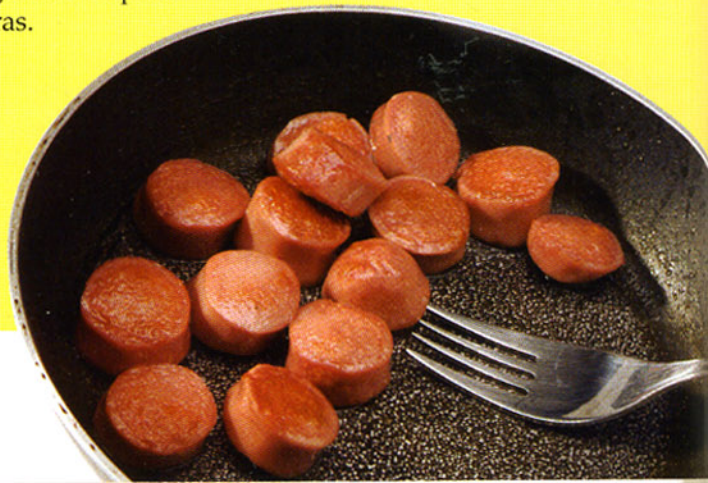
Por lo general, casi todas las marcas adicionan almidones a los demás ingredientes; de acuerdo con la normatividad los almidones no deben exceder el 10%. Como se muestra en las tablas, se identificaron productos con contenidos mayores de almidones.

Contenidos de grasa y proteína

Para conocer el aporte nutrimental de las salchichas, se determinaron sus contenidos de proteína y grasa.

Precio

Aunque no fue un criterio para evaluar la calidad del producto, las tablas de resultados incluyen el precio promedio por 100 gramos de producto. Para calcular el promedio se utilizó el precio pagado al adquirir las muestras.



Salchicha cocktail

Marca / Denominación / Origen	Información al consumidor	% grasa	% proteína	Almidón	Elaborado con:	Observaciones	Costo por 100 g
Alpino / Salchicha tipo cocktail / México	Completa	8.4%	11.7%	9.6%	Declaran ave pero se detecta también cerdo	Contienen soya	$4.10
Bernina / Salchicha desayuno / México	Completa	15.1%	16.6%	2.7%	Cerdo	————	$9.90
Frisch Spezial / Salchicha desayuno / México	Se declaran "bajas en grasa", pero tienen más que muchas otras	17.4%	15.3%	No contiene	Cerdo	————	$8.30
Fud / Salchicha estilo cocktail / México	Completa	12.8%	9.7%	8.9%	Declaran ave pero se detecta también cerdo	Contienen soya	$3.50
La Española / Salchicha tipo cocktail / México	Completa	12.4%	8.5%	11.7% *	Ave-cerdo	Contienen soya	$3.10
Sabori Parma / Salchicha cocktail de pavo / México	Completa	8.8%	10.4%	6.2%	Ave	————	$4.30
San Rafael Delicatessen / Salchichas botaneras / México	Completa	21.3%	12.1%	3.1%	Ave-cerdo	Contienen soya	$4.00
San Rafael Delicatessen / Pavo salchicha botanera / México	Completa	13%	10.6%	5.3%	Declaran ave pero se detecta también cerdo	Contienen soya	$5.00
Zwan / Salchicha cocktail / México	Se declaran con "más carne", cuando tienen igual que muchas otras	10.0%	10.6%	5.4%	Ave-cerdo	Contienen soya	$3.30
Zwan / Salchicha cocktail de pavo / México	Se declaran "bajas en grasa y altas en proteína" cuando tienen igual que muchas otras	Declaran 11% y tienen 8.8%	Declaran 12% y tienen 9.6%	7.3%	Ave	Contienen soya	$4.40

Salchicha

Marca / Denominación / Origen	Información al consumidor	% grasa	% proteína	Almidón	Elaborado con:	Observaciones	Costo por 100 g
Alpino / Salchicha tipo Viena / México	Completa	15.2%	10.3%	9.1%	Ave-cerdo	Contienen soya	$3.10
Alpino Pavino / Salchicha de pavo / México	Completa	10.8%	10.3%	8.2%	Ave	Contienen soya	$2.60
Alys / Salchicha tipo Viena / México	Completa	7.9%	7.9%	8.2%	Ave-cerdo	————	$1.60
Bafar / Salchicha tipo Viena / México	Completa	13.6%	10.4%	7.3%	Ave-cerdo	Contienen soya	$1.90
Bernina / Salchicha Viena / México	Completa	13.0%	14.6%	4.0%	Res-ave-cerdo	————	$6.30
Burr / Salchicha hot doguera / México	Completa	6.3%	8.5%	9.6%	Ave-cerdo	Contienen soya	$1.30
Campestre / Salchicha hot dog / México	Completa	11.2%	10.6%	7.0%	Ave-cerdo	————	$2.90
Capistrano / Salchicha Viena / México	Completa	7.0%	10.8%	7.1%	Ave	Contienen soya	$2.40
Capistrano / Salchicha de pavo / México	Completa	7.5%	10.8%	6.0%	Ave	Contienen soya	$2.50
Chero / Salchicha hot dog / México	Completa	7.4%	7.2%	11.0% *	Ave	Contienen soya	$1.10
D´Hecttor / Salchicha tipo Viena / México	Completa	8.6%	7.6%	11.7%*	Ave-cerdo	————	$1.20
DonFer / Salchicha tipo Viena / México	Completa	11.8%	6.2%	11.5% *	Cerdo-ave	Contienen soya	$1.50
Duby / Salchicha Viena / México	Completa	9.6%	6.6%	13.0% *	Ave	Contienen soya	$1.60
Frisch Spezial / Salchicha Hot Dog Kids / México	Se declaran "bajas en grasa" pero tienen más que muchas otras	16.3%	14.0%	No contiene	Cerdo	————	$8.20
Fud / Salchicha estilo Viena / México	Completa	11.5%	9.6%	8.3%	Ave	Contienen soya	$3.40

***** Rebasa el 10% máximo permitido por la NOM-122-SSA1-1994.

Salchicha *(continuación)*

Marca / Denominación / Origen	Información al consumidor	% grasa	% proteína	Almidón	Elaborado con:	Observaciones	Costo por 100 g
Fud / Salchicha para hot dog / México	Completa	14.3%	9.8%	11.7% *	Declaran ave pero se detecta también cerdo	Contienen soya	$ 2.40
Fud Turkey Line / Salchicha de pavo / México	Completa	15.5%	11.0%	4.6%	Ave	Contienen soya	$ 3.30
Iberomex / Salchicha estilo Viena / México	Completa	13,3%	10.0%	11.4% *	Ave	Contienen soya	$ 1.70
Kir / Viena Salchichas / México	Completa	8,4%	8.9%	8.1%	Ave	Contienen soya	$ 2.00
Kir / Salchicha hot dog D´Pavo / México	Completa	10.7%	10.7%	5.0%	Declaran ave pero se detecta también cerdo	Contienen soya	$ 2.80
La Española / Salchicha Viena / México	Completa	13.9%	8.2%	10.4% *	Ave-cerdo	Contienen soya	$ 2.70
La Española / Salchicha de pavo / México	Una muestra tiene 5.9% menos contenido neto de lo declarado	12.3%	8.6%	10.5% *	Declaran ave pero se detecta también cerdo	Contienen soya	$ 3.30
Murgati / Salchicha tipo Viena / México	Completa	11.4%	6.7%	10.7% *	Ave	Contienen soya	$ 1.70
Oscar Mayer / Salchichas clásicas / E. U.	Completa	31.8%	11.4%	No contiene	Ave-cerdo	————	$ 7.70
Oscar Mayer / Salchichas clásicas de pavo / E. U.	Completa	23.1%	10.0%	4.0%	Ave	————	$ 7.10
Rioni / Salchicha Viena / México	Completa	8.5%	5.8%	14.2% *	Ave-cerdo	Contienen soya	$ 1.70
Sabori Parma / Salchicha de pavo / México	Completa	14.6%	10.6%	8.2%	Ave	————	$ 3.80
San Rafael Delicatessen / Salchicha tipo Viena / México	Completa	20.8%	11.7%	4.7%	Ave-cerdo	Contienen soya	$ 2.80
San Rafael / Salchicha de pavo / México	Completa	16.3%	11.6%	3.7%	Ave	Contienen soya	$ 3.30
San Rafael / Salchicha de pollo / México	Completa	19.9%	11.6%	3.8%	Ave	Contienen soya	$ 4.00
Torino / Salchicha tipo Viena / México	Completa	7.2%	6.6%	13.5% *	Ave-cerdo	Contienen soya	$ 1.30
Tres Castillos / Salchicha hot dog de pavo / México	Completa	6.5%	8.0%	11.8% *	Ave	————	$ 1.20
Viva / Salchicha estilo Viena / México	Completa	7.8%	9.7%	11.5% *	Ave	Contienen soya	$1.80
Zwan / Salchicha hot dog / No indica	No indica país de origen	9.8%	8.1%	9.8%	Ave-cerdo	Contienen soya	$ 1.70
Zwan Premium / Salchicha de Pavo / México	Se declaran "bajas en grasa y altas en proteína" cuando tienen igual que muchas otras	Declara 11% y tiene 7.6%	Declara 12% y tiene 9.8%	7.7%	Ave	Contienen soya	$ 2.90
Zwan / Salchicha Vienesa / México	Se declaran con "más carne" cuando tienen en promedio igual que muchas otras	8.2%	12.1%	5.3%	Ave-cerdo	Contienen soya	$ 2.70

***** Rebasa el 10% máximo permitido por la NOM-122-SSA1-1994.

Recomendaciones de compra

- Antes de adquirir una salchicha analice los diferentes precios entre las marcas. No decida su compra antes de leer la etiqueta. Considere que aquellos que declaran fécula, harinas, soya y grasas deben ser más baratos.
- Verifique que el producto de su elección haya estado en refrigeración; solicite ver la etiqueta, revise que esté dentro de caducidad y observe que no esté pegajoso y no presente coloraciones verdosas.
- Recuerde que estos productos requieren refrigeración; cuando vaya a hacer su despensa, procure que sea el último producto que adquiera.
- Tenga en cuenta que el aporte nutrimental por proteína en estos productos puede provenir de otros ingredientes, como la soya, lo cual abarata al producto.

Fotos José Rodríguez

Conclusiones

Se encontró una gran variación en el aporte nutrimental de las diversas marcas de salchichas debido, en buena medida, a la variedad en la composición de los diversos productos. Dependiendo de la marca, la cantidad de proteína (aportada por la carne y, en algunas marcas, también por la soya adicionada) va del 5.8 al 16.6%; la de grasa va del 6.3 al 31.8%. Consulte las tablas de resultados.

Muchos productos se elaboran con carne de cerdo o pavo, y existen productos que contienen mezclas de éstos. Además, un buen número de marcas también contienen soya.

A pesar de que varias marcas declaran estar elaboradas con carne de ave, se detectó la presencia de cerdo en las salchichas Fud para hot dog y estilo cocktail, Kir de pavo para hot dog, la Española de pavo, Alpino tipo cocktail y San Rafael botanera de pavo.

Las salchichas marca Zwan de los tipos cocktail, cocktail de pavo, vienesa y premium de pavo se ostentan como bajas en grasa y altas en proteínas o carne, pero en promedio tienen el mismo contenido que las demás.

Las salchichas de la marca Frisch Spezial tipos cocktail y hot dog se ostentan como bajas en grasa pero en promedio tienen el mismo contenido que las demás.

Sólo las marcas Frisch Spezial salchicha desayuno, Frisch Spezial salchicha Hot Dog Kids y Oscar Mayer salchichas clásicas no agregan almidones.

En general los contenidos de grasa de los productos importados son mayores que los nacionales. Consulte las tablas correspondientes.

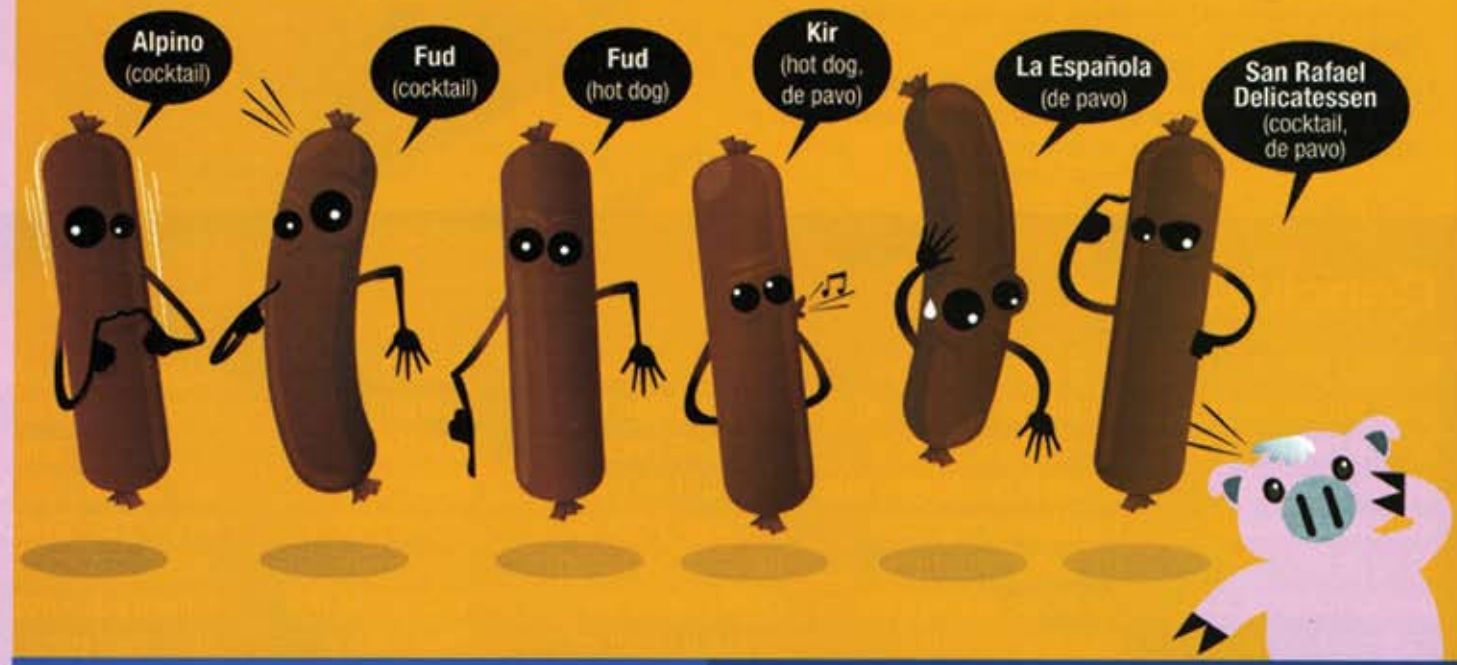
Algunas marcas contienen más almidones que los que señala la NOM-122-SSA1-1994, y son Chero para hot dog, Fud para hot dog, La Española de pavo, cocktail y Viena, Tres Castillos para hot dog, D'Hecttor tipo Viena, DonFer tipo Viena, Iberomex estilo Viena, Murgati tipo Viena, Rioni Viena, Torino Viena, Duby Viena y Viva estilo Viena.

Si requiere más información sobre este estudio, puede comunicarse al Laboratorio Nacional de Protección al Consumidor al teléfono 5544-2060 si vive en el área metropolitana de la Ciudad de México. También puede consultar otros estudios de calidad en nuestro sitio en internet www.profeco.gob.mx

Las más y las menos

Unas tienen más almidón del que permite la norma; otras tienen cantidades de grasa que van del 31.8% al 6.3%, y cantidades de proteína que van del 16.6% al 5.8%; también están las que dicen tener más cualidades que otras, pero son iguales; y no faltan las que contienen cerdo, pero no lo dicen…

Dicen ser de ave... ¡pero también contienen cerdo!



Proteínas: las más y las menos

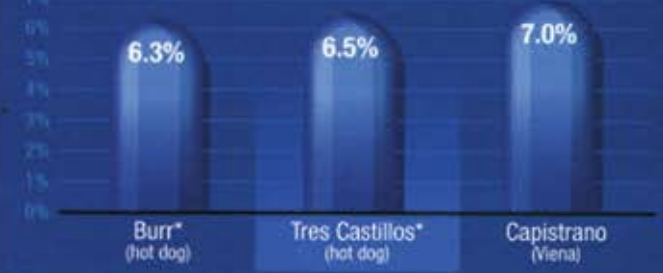
Tienen más proteínas

Tienen menos proteínas

Grasas: las menos y las más

Tienen más grasa

Tienen menos grasa



* Son de las más baratas (menos de $2.00 por 100 gramos) ** Son de las más caras (más de $7.00 por 100 gramos)

Infografía: **Oldemar**

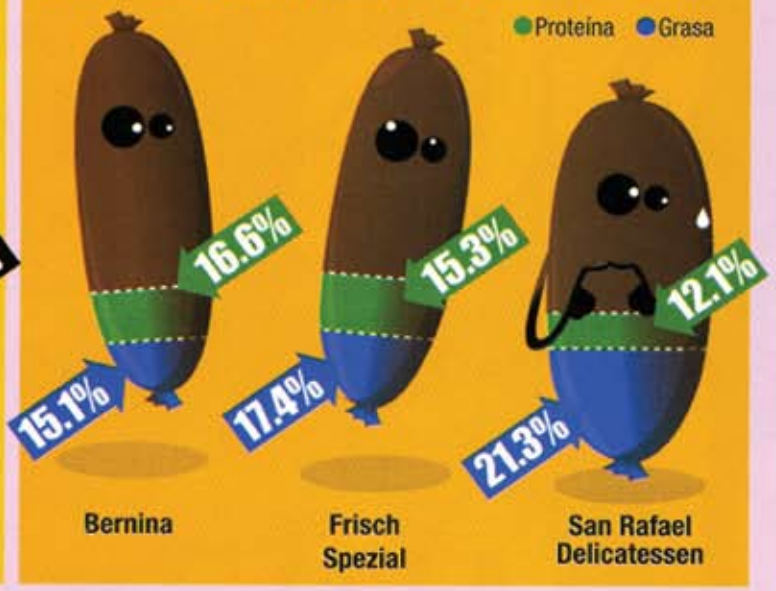
¡Se pasan! (de almidón)

14 de los productos analizados rebasan el 10% de almidón que permite la norma. Destacan las siguientes salchichas, todas tipo Viena:

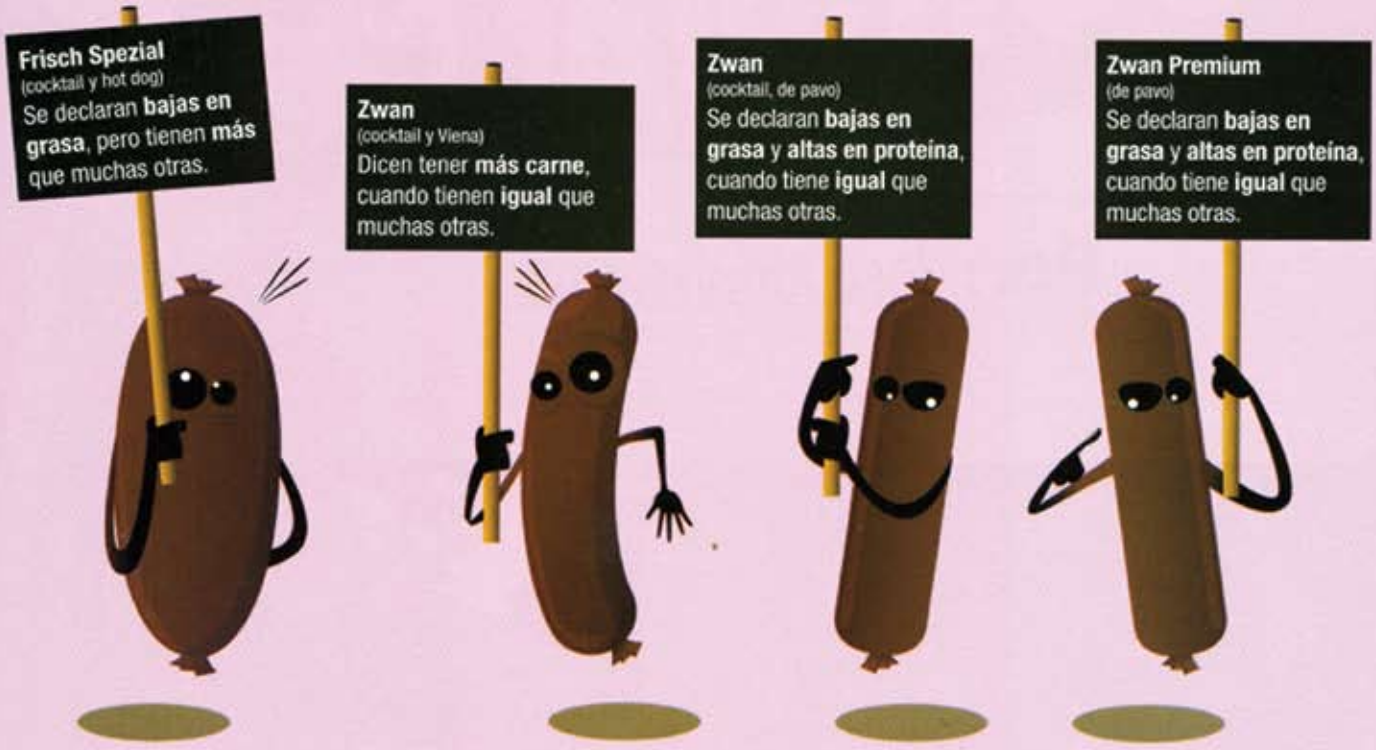
De cocktail:

más proteínas, pero también más grasa

En salchichas de cocktail, éstas son las tres con más proteínas, aunque son también las que tienen más grasa:



Las exageradas



Qué hay detrás de...

¿Incertidumbres y deficiencias?

Sus derechos al comprar casa

Por: José Armando Aguilar

Fotos Archivo

En mayo del año pasado entraron en vigor las reformas a la Ley Federal de Protección al Consumidor (LFPC). En lo que a operaciones con inmuebles se refiere, las nuevas disposiciones otorgan al consumidor mayor seguridad y certeza jurídica al adquirir una casa nueva o usada… aun cuando algunas empresas inmobiliarias se resistan a acatar estas disposiciones.

Con base en datos del INEGI sobre la edad media de los mexicanos en su primer matrimonio, los mexicanos se casan alrededor de los 21 o 22 años. Este hecho implica formar un hogar, por lo que de inmediato las prioridades cambian y la lista de anhelos sufre necesarias modificaciones: la vivienda, el bien patrimonial más importante, se convierte en el principal objeto de deseo.

Cabe mencionar que en el país existen casi 10 millones de personas entre los 20 y 24 años de edad, generación que, de acuerdo con un rápido cálculo, generará una demanda cercana a los 5 millones de casas en los próximos años.

El ingeniero Miguel Hernández, director general de Política y Fomento al Financiamiento de la Vivienda del Consejo Nacional de Fomento a la Vivienda (Conafovi), proporciona cifras oficiales:"En los próximos 25 años, los hogares en México casi se duplicarán; pasaremos de 24 millones en el 2002 a cerca de 46 millones en el 2030. Si aspiramos a que cada familia tenga una casa, entonces la demanda sería de alrededor de 780 mil viviendas por año para las familias mexicanas".

En la actualidad, en México se construyen alrededor de 650 mil casas anualmente, mientras que el año pasado se otorgaron 500 mil créditos hipotecarios, es decir, el 77% de las viviendas se adquieren por medio de financiamiento. La mayoría de estos compromisos (cerca del 87%) se hacen por medio de los cuatro principales organismos de fomento a la vivienda: el Instituto del Fondo Nacional de la Vivienda para los Trabajadores (Infonavit), el Fondo de la Vivienda del ISSSTE (Fovissste), el Fondo Nacional de Habitaciones Populares (Fonhapo) y la Sociedad Hipotecaria Federal (SHF).

Así entonces, cada año miles de consumidores consolidan lo que seguramente será la adquisición más importante de su vida. La elección no es fácil y el proceso, en algunos casos, puede resultar tortuoso. Más aún, el hecho de poder estrenar casa, en la práctica no necesariamente significa que en adelante todo será miel sobre hojuelas…

Foto Archivo

Experiencias comunes

Como ejemplo de lo anterior, basta mencionar el caso de Estela Zamarripa, quien se instaló en su nuevo departamento en marzo del 2003. Algunos de los 32 condóminos que ahora habitan la unidad lo habían hecho desde noviembre del año anterior, ¡siete meses después de la fecha original de entrega pactada para ellos! Evidente aviso de que los problemas apenas comenzaban.

"El primer contacto que tuvimos fue con la inmobiliaria Sare, pero a la hora de hacer el contrato –y ahora sí que nos agarraron nuevos– lo hicimos con una inmobiliaria que se llama (o llamaba) Bienes Raíces FZ. Nos confiamos y nos conformamos con un 'yo voy a estar al pendiente' de Sare", comenta Estela.

Pocos meses después surgieron los desperfectos: tuberías con fugas, conductos tapados, áreas comunes que nunca se concluyeron... Para colmo, la temporada de lluvias colaboró y la humedad hizo de las suyas: aplanados "botados", filtraciones de agua en las paredes, manchas de salitre, goteras, etc."Son 32 departamentos y cada uno tiene problemas", añade la señora Zamarripa.

Pero lo más angustiante estaba por venir: Bienes Raíces FZ desapareció, no había a quien reclamarle."Simplemente, como ya aprendimos que es común en estos negocios, desaparecieron de sus oficinas, ya no existen. Ahora Sare no responde y se exime de toda responsabilidad diciendo que ellos sólo eran los comercializadores. ¡Pues si no estamos comprando melones!", señala con frustración Estela.

Y hay más: algunas de las familias que habitan esta unidad, aunque ya han liquidado sus departamentos, se encontraron con la sorpresa de que sus casas fueron hipotecadas por Bienes Raíces FZ, que pidió un préstamo a una hipotecaria para hacer el conjunto habitacional."Ahora Su Casita (el nombre de la hipotecaria) les manda cartas a estos condóminos diciéndoles: vamos a llegar a un acuerdo, porque nosotros ya invertimos", añade Estela muy molesta.

Proveedores, quejas y dinero recuperado

Éstas son las 10 inmobiliarias y las 10 constructoras con más quejas ante Profeco, de enero de 2003 al 25 de noviembre de 2004

Inmobiliaria	Núm. de quejas
Desarrolladora Metropolitana S.A. de C.V.	402
Geo S.A. de C.V.	292
Consorcio de Ingeniería Integral	147
Impulsora Patrimonial de Occidente (Impaosa) S.A. de C.V.	109
Zirahuen Inmobiliaria y Promotora	102
Inmuebles del Norte BB, S.A. de C.V.	84
Bienes Programados S.A de C.V.	67
Consorcio Ara	66
Construcción y Habitación (Conhabi) S.A. de C.V.	65
María del Carmen Gómez Castillo	63

Constructora	Núm. de quejas
Geo S.A. de C.V.	476
Construcciones Asociados ABC S.A. de C.V.	192
Grupo Inmobiliario Caslo	135
Premezclados Industriales	113
"Kaza Arkhos" Construcciones S.A. de C.V.	99
Consorcio de Ingeniería Integral S.A. de C.V.	72
Constructora Urbi	72
Constructora y Edificadora Michoacán S.A. de C.V.	71
Casas Beta del Centro S.A. de C.V.	68
Constructora ICA	62

La mayor parte de estas quejas son resultado del incumplimiento en la entrega del bien o de la garantía, a devolver los depósitos iniciales y no respetar los términos del contrato.

En el mismo periodo arriba mencionado, **Profeco** había reclamado, tanto a las inmobiliarias como a las constructoras con quejas, un monto de **714 millones 972 mil 395 pesos,** de los cuales se recuperó a favor de los consumidores la cantidad de **424 millones 177 mil 277 pesos**, es decir, **casi el 60% del dinero reclamado.**

Fuente Dirección General de Quejas y Conciliación, **Profeco**

Las nuevas sanciones

En las reformas a la LFPC se aumentaron las sanciones para aquellas inmobiliarias que dañen los intereses de los consumidores. Mientras las multas anteriores fluctuaban entre 50 y 113 mil pesos (montos que no se actualizaron por más de 10 años), ahora las sanciones van de $450 hasta un millón 760 mil pesos, y en casos particularmente graves se establecieron multas de hasta 2 millones 520 mil pesos, cantidad que podría llegar hasta 5 millones 40 mil pesos si se trata de conductas reincidentes de los proveedores.

Foto Archivo

Más información, menos incertidumbre

Del ejemplo anterior, que no es raro, se ve que al adquirir una vivienda la existencia de contratiempos puede ser el denominador común. La incertidumbre se presenta a lo largo del proceso: desde la responsabilidad que implica obtener un crédito, elegir la casa adecuada, esperar que ésta sea entregada a tiempo y de acuerdo con lo ofrecido, hasta dejar pasar el tiempo para asegurarse de que se hizo una buena elección. No siempre el proceso termina así, pues son frecuentes las situaciones de frustración.

Para el ingeniero Miguel Hernández, uno de los principales problemas a los que se enfrenta quien ya adquirió una vivienda son los llamados vicios ocultos: "Esas son las quejas más frecuentes que se dan, porque uno compra una casa en función de lo que se está viendo (a menos que se vea la construcción desde el inicio, y a veces ni así se conocen los materiales utilizados), y lo que se ve es un modelo aparente de lo que será la casa. Así, los vicios ocultos son la falla más frecuente".

A pesar de que las constructoras e inmobiliarias están obligadas por ley, como parte de las condiciones y términos que ofrecen al consumidor en el contrato, a garantizar el adecuado estado del inmueble, muchos de los defectos en las instalaciones hidráulicas y eléctricas, en los acabados y, en el último de los casos, en la estructura y la cimentación de la vivienda, pueden surgir tiempo después, lo que coloca en una situación vulnerable a los propietarios.

Es muy difícil detectar estos futuros problemas cuando recién se llega a habitar una casa nueva; es más, es imposible evitarlos, sobre todo si un error u omisión de quien la construye provoca los desperfectos. Lo que sí se puede hacer es prevenirlos. En ese sentido, en mayo del 2004 entraron en vigor las reformas a la LFPC que tienen como objetivo darle a la gente más seguridad antes de comprar su casa, nueva o usada.

Dentro del capítulo VIII de la LFPC, relativo a las operaciones con inmuebles, se plantean los aspectos que usted puede exigir y los requisitos que deben cumplir los fraccionadores, constructores, promotores y demás personas que intervengan en la asesoría y venta al público de viviendas destinadas a casa habitación. A continuación se señalan algunos de los puntos que deberá poner a su disposición el proveedor con quien tal vez usted desee hacer la adquisición de su casa nueva:

- En caso de preventa, el proyecto ejecutivo de construcción completo, así como la maqueta respectiva y, en su caso, el inmueble muestra.
- Los documentos que acrediten la propiedad del inmueble.
- La personalidad del vendedor y la autorización del proveedor para promover la venta.
- Información sobre las condiciones en que se encuentre el pago de contribuciones y servicios públicos.
- En el caso de inmuebles nuevos o preventas, las autorizaciones, licencias o permisos expedidos por las autoridades correspondientes para la construcción, relativas a las especificaciones técnicas, seguridad, uso de suelo y la clase de materiales utilizados en la construcción. En el caso

Foto Archivo

Antes de firmar, exija que el contrato esté registrado ante Profeco

Para facilitar a los proveedores el cumplimiento de sus obligaciones, Profeco publicó en el Diario Oficial de la Federación del 24 de noviembre del 2004 los modelos de contratos de adhesión que los proveedores en materia inmobiliaria deberán adoptar y registrar ante Profeco, lo que otorgará a los consumidores una mayor seguridad al momento de comprar casa.

de un inmueble usado que no cuente con dicha documentación, se deberá indicar en el contrato la carencia de éstos.

- Los planos estructurales, arquitectónicos y de instalaciones o, en su defecto, un dictamen de las condiciones estructurales del inmueble. En su caso, señalar las causas por las que no cuenta con ellos, así como el plazo en que tendrán dicha información.
- Información sobre las características del inmueble, como son la extensión del terreno, superficie construida, tipo de estructura, instalaciones, acabados, accesorios, lugar o lugares de estacionamiento, etcétera.
- Información sobre los beneficios que en forma adicional ofrezca el proveedor en caso de concretar la operación, tales como acabados especiales, encortinados, azulejos y cocina integral, entre otros.
- En caso de operaciones a crédito, el señalamiento del tipo de crédito de que se trata, así como una proyección del monto a pagar que incluya la tasa de interés que se va a utilizar, las comisiones y cargos. En el caso de la tasa variable, deberá precisarse la tasa de interés de referencia y la fórmula para el cálculo de dicha tasa.

Del contrato y su seguridad

A efecto de que usted cuente con mayor seguridad y certeza jurídica, la LFPC obliga a los desarrolladores y promotores de vivienda a registrar sus contratos ante Profeco, los cuales deben cumplir los siguientes requisitos:

1. Lugar y fecha de celebración del contrato.
2. Nombre, denominación o razón social, domicilio y registro federal de contribuyentes del proveedor, de conformidad con los ordenamientos legales sobre la materia.
3. Descripción del objeto del contrato.
4. El precio total de la operación, la forma de pago, así como las erogaciones adicionales que deberán cubrir las partes.
5. Relación de los derechos y obliga-

Simular no cuesta nada

Existen aspectos de gran importancia al momento de comprar una casa que las personas por lo regular no toman en cuenta, como **gastos notariales**, de **avalúo**, de **escrituración**, y comisiones por **apertura del crédito** y por **manejo de la cuenta** del crédito, entre otros, que pueden representar hasta un **10% más del costo**. Para considerar bien a bien cuánto tendrá que invertir, en la página en inter-

ciones, tanto del proveedor como del consumidor.

6. Las penas convencionales que se apliquen tanto al proveedor como al consumidor por el incumplimiento de las obligaciones contraídas.

Otro de los contratiempos al hacer una transacción de este tipo –que de tan frecuente los consumidores incluso llegan a considerarlo normal– es la entrega extemporánea de la vivienda. Por ello vale la pena recordar que por ley los proveedores están obligados a efectuar la entrega física o real del bien materia de la transacción en el plazo pactado con el consumidor y de acuerdo con las especificaciones previamente establecidas u ofrecidas.

La oposición y la tendencia

Luego de la publicación de las reformas a la LFPC, cientos de desarrolladores y promotores de vivienda se ampararon contra las nuevas disposiciones que establecen más requisitos para ellos, como el aumento de los montos de las sanciones en caso de incumplimiento. Muestra de lo anterior es que a octubre de este año se habían promovido un total de 2,845 amparos, lo que representa poco más de 63% del total de las 4,500 solicitudes de amparo contra las demás disposiciones de la renovada Ley.

"Lo que los inmobiliarios argumentan es que les sale muy caro darle a la gente toda la información que exigen las reformas, además de que consideran que las reformas, en este sentido, fueron excesivas", explica el doctor Raúl García Moreno, subprocurador Jurídico de Profeco, y agrega:"Otro de sus argumentos es que creen que Profeco no es competente para dirimir controversias en materia de contratos (lo relacionado a los registros de los contratos de adhesión), pero la LFPC es muy clara cuando dice que Profeco tendrá facultad para intervenir en las controversias surgidas por dudas que haya sobre la interpretación o cumplimiento de los contratos. Dicen que esto impide la participación del Poder Judicial y no hay nada más falso que eso. Sólo se busca actuar de manera amigable para avenir los intereses de las partes".

Hasta los primeros días de noviembre del 2004, en un intento por conciliar los intereses de las empresas del ramo y lo dispuesto por esta Ley, ambas partes sostenían reuniones de trabajo y, como resultado de éstas, Profeco estaba por terminar la elaboración de un proyecto de Reglamento que ayude a precisar de qué manera se pueden considerar cumplidas las obligaciones establecidas.

Por lo pronto, de acuerdo con García Moreno, hay una marcada tendencia a que se acaten estas reformas:"Es difícil saber cuándo se resolverán todos los amparos, deberán pasar algunos meses para confirmar la tendencia".

Hasta noviembre del año pasado, el Poder Judicial ha favorecido a Profeco incluso en las solicitudes de suspensión provisional o definitiva de aplicación de las reformas, por lo que, al no contar con recurso legal para no cumplirlas, los proveedores tendrán que acatar las disposiciones.

Todo lo dispuesto por la Ley Federal de Protección al Consumidor en materia de operaciones con inmuebles está a disposición de los consumidores en el sitio www.profeco.gob.mx. En el Teléfono del Consumidor, 01-800-468-8722, usted puede preguntar cómo obtener el comportamiento comercial de la constructora o inmobiliaria con la que desea adquirir su vivienda.

net de la Comisión Nacional de Fomento a la Vivienda (www.conafovi.gob.mx) encontrará un simulador de crédito que permite a los buscadores de vivienda, con sólo referir sus ingresos y el costo de la vivienda que desean, obtener las opciones de crédito existentes en el mercado, la cantidad que tendrán que pagar de enganche, los pagos que tendrán que hacer mes con mes y demás costos asociados.

Seguro de vivienda

Hace algunas semanas el Infonavit puso en marcha un programa para que las viviendas financiadas por este instituto cuenten con un **seguro contra daños** estructurales y de construcción, que tendrá las siguientes características: **2 años** de cobertura contra defectos en instalaciones e impermeabilización, **10 años** contra defectos en la estructura, y un procedimiento de indemnización y reclamación ágil y sencillo.

Hasta el mes de noviembre, 11 desarrolladores de vivienda, quienes a cambio de pagar el seguro recibirán incentivos por parte del Infonavit, habían contratado el seguro, lo que beneficiará a cerca de **79 mil casas**.

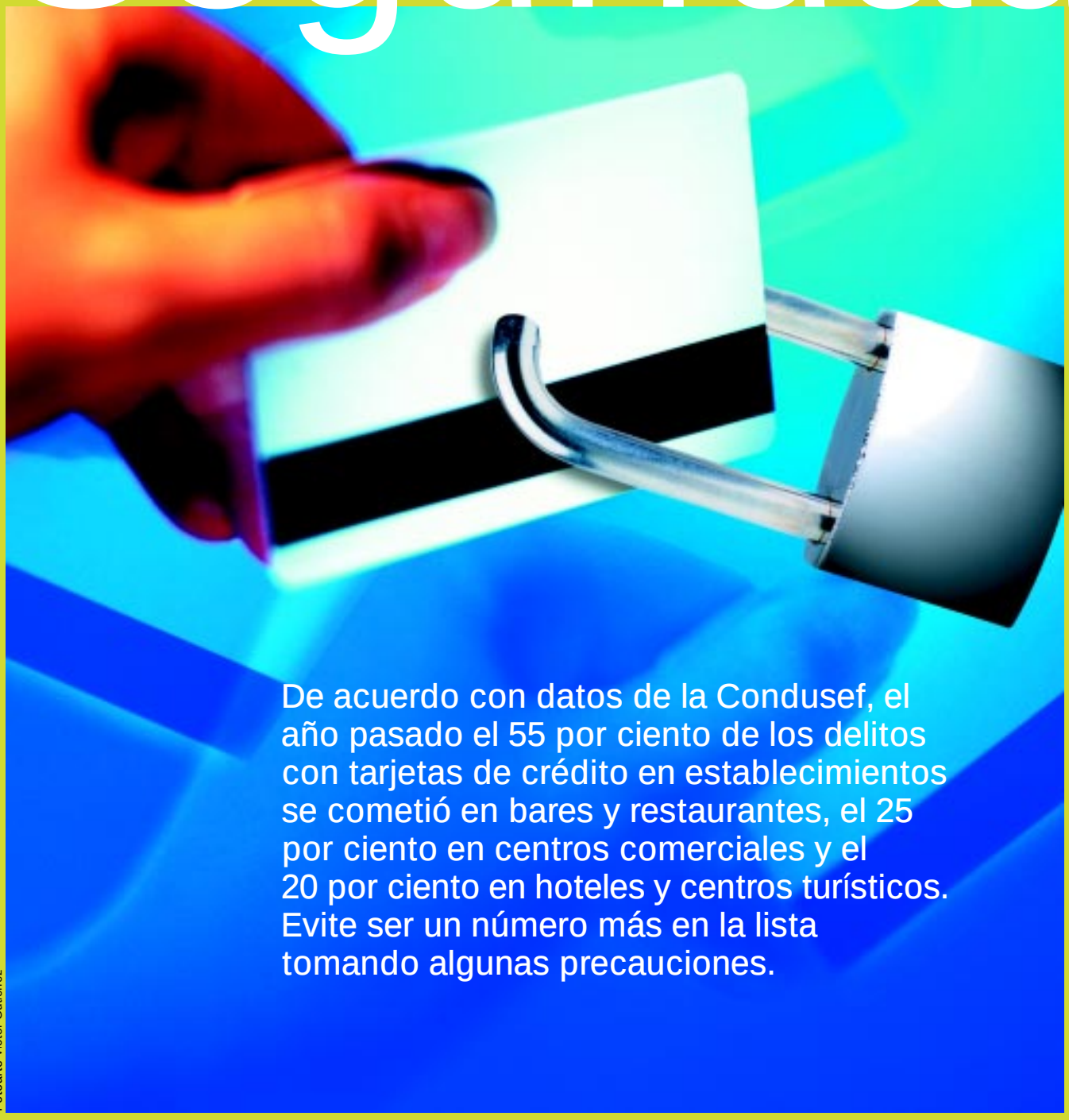
En Infonavit (que tiene registradas poco más de 3 mil empresas que desarrollan vivienda para sus acreditados) se espera alcanzar la cifra de **dos millones de créditos** concedidos en el periodo del 2000 al 2006.

Fuente Infonavit

Foto Archivo

Fuentes Entrevista con el ingeniero Miguel Hernández, director general de Política y Fomento al Financiamiento de la Vivienda del Consejo Nacional de Fomento a la Vivienda (Conafovi) • Doctor Raúl García Moreno, subprocurador Jurídico, **Profeco** • Ley Federal de Protección al Consumidor • www.inegi.gob.mx

Seguridad



De acuerdo con datos de la Condusef, el año pasado el 55 por ciento de los delitos con tarjetas de crédito en establecimientos se cometió en bares y restaurantes, el 25 por ciento en centros comerciales y el 20 por ciento en hoteles y centros turísticos. Evite ser un número más en la lista tomando algunas precauciones.

Fotoarte Víctor Gutiérrez

en tarjetas de crédito

Por Sandra Sandoval

Según datos del Banco de México, en junio del 2004 circulaban casi 10 millones 500 mil tarjetas de crédito, las cuales en agosto se colocaron como el principal instrumento de financiamiento para el consumo, equivalente a un total de 74.3 millones de pesos, 23.3 millones más que el año anterior.

Sin embargo, este instrumento de financiamiento tiene sus bemoles con respecto a la seguridad. Por ejemplo, la mayoría de los reclamos que reciben los bancos están relacionados con cobros indebidos en tarjetas de crédito, que corresponden principalmente a fraudes y clonaciones: de 1999 al 2000, la cifra producto de estos delitos ascendió a 365 millones de pesos; en el 2001 fue de 530 millones, y en el 2003 de 700 millones, es decir, año tras año las cifras se incrementan.

Es un hecho que nadie está exento de ser víctima del delito, ya sea de un asalto mientras caminamos por la calle, al disponer de efectivo en el cajero automático, sufrir de un fraude por clonación o por el extravío de la tarjeta bancaria. Sea como fuere, resulta paradójico que para las instituciones bancarias la inseguridad se haya convertido en un negocio. Basta recordar el caso de la tarjeta que se empezó a publicitar a finales del 2004 como la única"blindada", que ofrecía en su publicidad protección contra robo, clonación, fraude y extravío. Al preguntarle expresamente a otras instituciones bancarias si contaban con beneficios

Tarjetas inteligentes

Las tarjetas con chip o tarjetas inteligentes son seguras para realizar operaciones en internet. Si alguna persona no autorizada tiene el número de cuenta de la tarjeta, ésta no podrá realizar operaciones, ya que es necesario contar con el chip para poder leer la información obligatoria para concluir la operación, lo cual se hace mediante un lector que se instala en la computadora y que debe proporcionar el banco que expide la tarjeta.

Además, la tarjeta con chip no tardará en imponerse, en nuestro país la mayoría de las transacciones se siguen llevando a cabo con las tarjetas tradicionales, pues la mayoría de los cajeros automáticos son de tecnología antigua y los comercios por lo general no cuentan con lectores de chips.

Foto Archivo

semejantes, todas aseguraron que sí pero sólo en el caso de las tarjetas denominadas“oro”.

¿Qué debo hacer?

Independientemente del banco al que pertenezca su tarjeta, si se le llega a presentar algún problema de robo, fraude, clonación o extravío, lo primero que debe hacer es notificar vía telefónica al número que le haya proporcionado la institución para tal efecto, o acudir de inmediato a alguna sucursal bancaria para que la tarjeta sea bloqueada.

En caso de fraude o clonación, las instituciones bancarias otorgan un plazo entre 45 a 90 días para notificar el ilícito (es necesario preguntar en su banco); posteriormente el usuario necesita levantar el acta en el Ministerio Público y hacer la notificación por escrito en el lapso que defina cada institución. No olvide anotar la fecha, la hora de la llamada y el nombre de la persona que lo atendió, para poder comprobar que hizo la notificación en caso de haber inconvenientes. De este modo, si alguien usa la tarjeta, no podrá cargar en la cuenta de usted el importe de sus compras o, en su defecto, la cantidad que esa persona gastó será reembolsada a usted por la institución bancaria.

En casos de fraude o clonación los bancos utilizan algunos candados para evitar dichos eventos: si detectan que un usuario está realizando compras no habituales, se comunican con el tarjetahabiente para verificar que no se esté llevando a cabo algún fraude, o bloquean la tarjeta. Por ejemplo, si usted regularmente utiliza su tarjeta para pagar la despensa y el banco detecta la compra de computadoras o muebles, o el monto excede el límite que generalmente usted gasta, la institución le hará una llamada telefónica para corroborar que no se esté llevando a cabo un ilícito, pues de lo contrario se bloqueará en ese momento su tarjeta. En este caso usted puede llamar al banco para aclarar que no se trata de un fraude. Para evitar el bloqueo de su plásti-

Tarjetas ¿blindadas?

A finales del año pasado la Condusef, en materia de seguridad, encontró una serie de incongruencias con respecto a lo que ofrecen en su publicidad y en su contrato las instituciones bancarias. Por ejemplo, en el caso de la tarjeta “Santander Black” de Santander Serfin (la cual, de acuerdo con la investigación realizada, ofrece beneficios de seguridad similares a las tarjetas “oro” del resto de los bancos) Condusef hace referencia a lo consignado en la cláusula contractual tercera: “El cliente será responsable del mal uso que se haga del NIP y/o de las claves de acceso, de identificación personal que se implementen en el futuro, que permitan la utilización de los sistemas electrónicos o de sistemas de telecomunicación; así mismo, libera de cualquier responsabilidad al banco cuando el cliente proporcione a terceros dicha información ya sea voluntaria o involuntariamente”.

Esta cláusula está en contraposición con lo que menciona la publicidad con respecto a la seguridad en caso de algún ilícito en México o el extranjero, pues lo anterior señala que el cliente sería responsable de dichos eventos. Al respecto, ante el posible conflicto entre la institución bancaria y usted, puede solicitar el apoyo de la Comisión Nacional para la Protección y Defensa de los Usuarios de Servicios Financieros (Condusef), al 01-800-999-8080, o si vive en la Ciudad de México, puede acudir a Av. Insurgentes Sur 762, col. Del Valle.

Por otro lado, el resto de instituciones bancarias (entre ellas Banamex) han asegurado en su publicidad que sus tarjetas siempre habían ofrecido los mismos beneficios que la tarjeta "blindada": 90 días para notificar el robo en caso de fraude, clonación y extravío, y que se harían cargo de los montos resultantes del ilícito aun antes de la fecha de notificación. Sin embargo, no incluían estos servicios en el contrato, o bien, en el caso de la notificación, señalaban que se harían responsables después de recibir la llamada. De cualquier forma, mientras en el contrato no se consigne todo lo correspondiente a robo, clonación, fraude o extravío, o la redacción al respecto sea confusa, el tarjetahabiente es el que permanece ante la incógnita de que el banco lo respalde ante un imprevisto. Por lo tanto, no olvide que antes de firmar el contrato debe revisar con cuidado las cláusulas en materia de seguridad; verifique también que la información impresa no se contradiga con los servicios ofrecidos; pregunte todas sus dudas a los ejecutivos de las sucursales bancarias, quienes tienen la obligación de aclararlas; compare por lo menos tres tarjetas y elija la que más le convenga. Y recuerde que, sea como sea, por manejar su cuenta la institución bancaria ya le está cobrando por la seguridad, entre otros conceptos.

De acuerdo con declaraciones de Elías Blanco, jefe del Departamento de Bancos y Organismos Auxiliares de Crédito de la Condusef: "La publicidad exalta las características más sobresalientes o más llamativas de un producto (en este caso de las tarjetas de crédito), pero puede tener escondido algún detalle, donde se contrarresten todos o alguno de los beneficios que nos están ofreciendo, y que tal vez sea motivo suficiente para cambiar de decisión, aunque sólo mediante la lectura del contrato podremos darnos cuenta de lo anterior."

Los ilícitos

A continuación se definen los ilícitos más frecuentes realizados con tarjetas de crédito

ROBO

El delincuente roba la tarjeta y realiza consumos de compras menores para verificar que tiene saldo; posteriormente realiza consumos mayores de miles de pesos.

CLONACIÓN

Los defraudadores utilizan un aparato llamado *skimmer*, del tamaño de un *beeper*. Cuando el cliente le da al empleado de algún establecimiento (tienda, restaurante, bar, etc.) su tarjeta para pagar, éste desliza el plástico en el aparato y obtiene la información de la banda magnética, la cual, posteriormente, se graba en una tarjeta virgen.

FRAUDE

Debido a la distracción del tarjetahabiente, al pagar en caja sus compras, la persona encargada le carga a la tarjeta montos por consumos no realizados.

Fotos Archivo

Foto Archivo

co puede avisar a la institución cuando vaya a realizar compras que generalmente no hace o en lugares donde nunca las ha realizado (como cuando sale de vacaciones).

Más vale prevenir.....

Sin embargo, y antes de ser víctimas de la delincuencia, lo mejor es tener una cultura de prevención, así que tenga en cuenta lo siguiente:

- Por ningún motivo firme en blanco un *voucher* o comprobante de compra. Destruya los *vouchers* de compra y del cajero automático cuando ya no los necesite.
- Cuando el banco le entregue el reemplazo de su plástico por vencimiento o maltrato, firme de inmediato su nueva tarjeta y destruya el plástico anterior.
- No entregue su tarjeta o NIP a ninguna persona, aun cuando le indique que trabaja para el banco; reporte este hecho a los ejecutivos de la sucursal.
- Recuerde que la tarjeta es intransferible; cualquier operación debe ser realizada por el titular.
- Cuando pague en bares, discotecas, restaurantes, centros comerciales o cualquier sitio donde puedan aprovecharse de su distracción para efectuar acciones fraudulentas, procure que la transacción se realice siempre en su presencia.
- Conserve todos los comprobantes de pago para verificarlos con el estado de cuenta.
- Mantenga su tarjeta de crédito en un lugar seguro.
- Si no va a utilizar su tarjeta, no la lleve consigo.
- Es más seguro utilizar los cajeros automáticos de día, y prefiera los que se encuentran en lugares concurridos, como centros comerciales o supermercados.
- Si necesita utilizar los cajeros durante la noche, vaya acompañado y deje su automóvil lo más cerca posible.
- No acepte ayuda de nadie, aunque se la ofrezcan amablemente.
- Para crear su NIP, elija una clave fácil de recordar. No es recomendable usar el código 1-2-3-4, ni tampoco los datos de su nacimiento, ya que estos pueden ser obtenidos a través de algún otro documento que lleve en su bolsa o cartera.
- Guarde una copia fotostática de su tarjeta de crédito y tenga a la mano los teléfonos para reportar su robo o extravío.

Fuentes Entrevistas con Héctor Carreón, director del Registro de Prestadores de Servicios Financieros de la Condusef, y con Elías Blanco, jefe del Departamento de Bancos y organismos Auxiliares de Crédito de la Condusef • www.condusef.gob.mx • www.banxico.gob.mx • www.policia.df.gob.mx

Pericón

(*Tagetes lucida* Cav.)

Familia Compositae

Fotos José Rodríguez

Por Luis Amador

Además de ser parte importante de algunas ceremonias agrícolas en nuestro país, el *yauhtli* o pericón es una planta que no puede faltar en el arsenal terapéutico de la herbolaria mexicana.

Nombres comunes

Al pericón también se le llama anisillo, atagote, cedrón, flor de xuchitl, hierbanís, hierba anís, hierba de nubes, hierba de San Juan, hierba santa, periquillo, rincón, Santa María, Santa María de jardín, talecho, yerbanís, falso pericón, *yauhtli cuahuyehuitli*, *xonequilitl* (náhuatl), *mikua* (otomí), *vita perico* (mixteco), *tzitzac* (tzetzal) y *tztzcurulcum* (tarasco).

El *yauhtli* o pericón es una planta originaria de Mesoamérica que se encuentra en climas cálido, seco y templado, desde los 200 hasta los 4,000 metros sobre el nivel del mar. Es común en los claros del bosque y alrededor de los cultivos. En la época de floración se recolecta en varios estados de la República, entre los meses de agosto y noviembre.

El pericón es una planta herbácea, perenne (se da durante todo el año) y erecta, de 30 cm a 1 m de altura, muy ramificada desde la base. Tiene hojas simples, opuestas y angostas, de forma lineal, oblonga o lanceolada, de bordes aserrados y ápices agudos. Tiene flores amarillas agrupadas en cabezuelas. Los frutos son de color oscuro, de 5 a 8 mm de largo. Los tallos, las hojas y las cabezuelas se encuentran cubiertas de glándulas oleíferas translúcidas que al estrujarse producen un fuerte olor a anís.

Esta planta está indicada para combatir empacho, disentería, gastritis, tifoidea, diarrea, infecciones de la piel y calenturas intermitentes. Además alivia dolores de estómago, cabeza, espalda, muelas, riñones, reumatismo y problemas de circulación. También se usa contra cólicos menstruales.

Para aliviar cólicos estomacales fuertes se hierve en un litro de agua lo que tomen tres dedos de flores de pericón y se bebe tres veces al día. En caso de disentería se hierve una flor en un cuarto de litro de agua, se le agrega chocolate y se bebe dos veces al día. Contra dolores reumáticos las ramas y las flores de pericón se dejan macerar en alcohol de caña por tres días y el alcohol se aplica en masajes en las zonas afectadas.

Para curar resfriados las flores y ramas se hierven y el cocimiento se usa en baños de pies por dos o tres días. Para calmar los nervios se hierve una ramita de pericón en medio litro de agua y se bebe una taza diariamente.

Hasta la cocina...

El *yauhtli* o pericón se utiliza para condimentar bebidas y licores y para cocer elotes y chayotes, lo que les da un color amarillo. Además, desde la época prehispánica, tiene usos medicinales, ceremoniales y religiosos, como lo registra el *Códice florentino*; actualmente, para propiciar la cosecha, se usa como sahumerio y para hacer ramilletes el 28 de septiembre, un día antes de la fiesta de San Miguel Arcángel.

Para tratar el susto o espanto se hierven ramas de pericón y poleo (*Cunila lythrifolia*, otra planta medicinal) en agua suficiente para aplicarse en baños durante nueve días; la curación debe hacerse a medio día. Terminado el baño se le da a beber al paciente una taza de té de pericón.

Se ha demostrado farmacológicamente el efecto hipotensor (reduce la presión arterial) del pericón y su fuerte efecto diurético (aumenta la excreción de orina). Además, se demostró la actividad antibiótica del extracto de flores y hojas sobre el *Streptococcus pyogenes* (que produce infecciones respiratorias o cutáneas) y la *Candida albicans* (que afecta las membranas mucosas y la piel).

Recordamos a nuestros lectores que el uso de las plantas medicinales debe realizarse bajo la estricta supervisión de un médico con conocimiento de medicina tradicional.

Para conocer más...

- **Aguilar, A., J. R. Camacho, S. Chino, P. Jaques y Ma. E. López, *Plantas medicinales del Herbario IMSS*, Instituto Mexicano del Seguro Social, México, 1996.**
- **Argueta Villamar, Arturo (coord.), *Atlas de las plantas de la medicina tradicional mexicana*, vol. II, Instituto Nacional Indigenista, México, 1994.**
- **Monroy-Ortiz, C. y P. E. Castillo, *Plantas medicinales utilizadas en el Estado de Morelos*, UAEM, México, 2000.**
- **Ramos Zamora, Delfina y María Eugenia Ordorica Vargas, "Pericón (*Tagetes lucida* Cav.)", en *Etnobotánica*, Boletín del Laboratorio de Etnobotánica, IPN, 1988, año 3, núm. 11, pp. 6-9.**

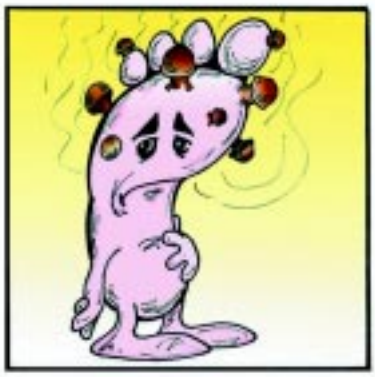
Fuentes Colaboración de las biólogas Marina Villegas y de Gante, jefa del Laboratorio de Etnobiología y Etnobotánica, y de María Eugenia Ordorica Vargas y Delfina Ramos Zamora, de la Escuela Nacional de Ciencias Biológicas del Instituto Politécnico Nacional • www.cnca.gob.mx/cnca/nuevo/2001/diarias/mar/230301/pericon.html • http://148.233.168.204/pfnm/TagetesLucida.html

Soufflé de pollo

Foto José Rodríguez

Deportistas
con pies sanos

Dra. Alfonsina Angélica Ávila*
Ilustraciones: David A. Arias-Balderas



El pie de atleta es altamente contagioso y frecuentemente es transmitido por contacto directo o por artículos y lugares contaminados.

El pie de atleta afecta sobre todo a los hombres, aunque es una amenaza para cualquiera.

Las enfermedades fungicidas conocidas como pie de atleta o tiña podal son producidas por alrededor de 100 especies de hongos diferentes, que al entrar en contacto con la piel se adhieren con facilidad. Se propagan con rapidez, afectando las zonas húmedas del cuerpo y son altamente contagiosas.

Para evitar el contagio debes mantener buena higiene, evitar andar descalzo...

... y secar completamente tus pies después de bañarte o nadar.

Si padeces la infección, cumpl
rios de aplicación de los medi

* Especialista en dermatología.
Tel: 5666 9232

Infórmate:
Sociedad Mexicana de Dermatología, A.C. Tel: 5519 6351.
Academia Mexicana de Dermatología, A.C. Tel: 5682 2585.

Suscríbete a la mejor publicación de salud...

Ganar Salud te ofrece temas que le gustarán a toda tu familia...

Llama al 3002-5055 o escríbenos a suscripciones@ganarsalud.com.m

Enemigos de moda

Trastornos de la alimentación

Ilustraciones Roberto Paz

Matarse de hambre, vomitar y hacer dietas extremas está de moda entre las jóvenes: una figura “sana y saludable” lo vale todo. Pero detrás de esta carrera por conseguir el delgado cuerpo perfecto acechan los trastornos de alimentación, que destruyen muchas vidas...

Por Luis Amador

En una fiesta infantil un niño de tres años se enoja con una niña y le grita "gorda". Cerca de ahí, la conversación de varias mujeres gira en torno a la apariencia corporal, muy ligada con el peso, las dietas y los esfuerzos de una de ellas por bajar unos "kilitos" para verse y sentirse bien en la próxima boda.

Estas escenas ya no extrañan a nadie, pues se han vuelto una constante en la vida cotidiana: bajar de peso es símbolo de salud y belleza, de estatus, de estar a la moda... aunque en el fondo se oculten miles de conflictos entre el físico de una persona y la figura que le gustaría tener, lo que da pie a jugosas ganancias para las empresas que lucran con la necesidad de verse bien.

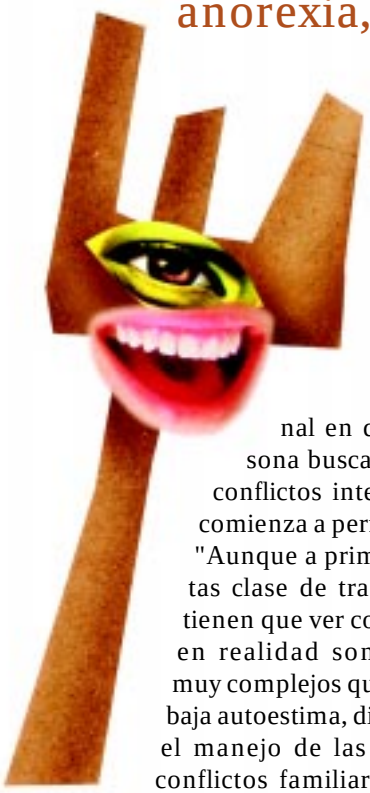
Esta presión social, aunque en sí misma no puede ocasionar problemas de salud, tiene un efecto detonante en una población vulnerable a los trastornos de la alimentación: los adolescentes y las personas con pobre autoestima.

Las penas con pan son buenas

Los trastornos de la alimentación (TA) son problemas muy serios de la conducta alimentaria, es decir, de nuestra relación con los alimentos (cuándo tenemos hambre, en qué momento nos sentimos satisfechos, cuándo se nos antoja una cosa, etcétera). "Esta conducta es el primer modelo que empleamos para resolver conflictos internos. Por ejemplo, cuando un bebé tiene hambre, llora para que su madre le dé de comer. Así, además de estrechar una relación afectiva, esta conducta le permite al niño solucionar una dificultad interna", comenta el doctor Armando Barriguete Meléndez, especialista en trastornos de alimentación del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición.

Este modelo prácticamente no cambia a lo largo de nuestras vidas, ¿a quién no se le ha antojado un chocolate caliente o la sopa de la abuela? Esto es una forma de regresar a un espacio cálido y acogedor en donde nos sentimos aceptados y protegidos, es una reacción natural para enfrentar y resolver las dificultades de la vida cotidiana o para disfrutar de una manera más intensa los momentos más agradables. En ocasiones podemos estar tristes o preocupados y se nos quita el hambre o comemos de más, esto no significa que padecemos un TA, es sólo una respuesta a nuestras emociones, de la misma manera que podríamos haber elegido hablar con un amigo o ir al cine.

Entre los trastornos de la alimentación sobresalen la anorexia, la bulimia y el trastorno por atracón –también llamado del comedor compulsivo–



Sea como fuere, cuando la conducta alimentaria se convierte en el único canal en que una persona busca resolver sus conflictos internos, ahí ya comienza a perfilarse un TA. "Aunque a primera vista estas clase de trastornos sólo tienen que ver con la comida, en realidad son trastornos muy complejos que involucran baja autoestima, dificultades en el manejo de las emociones, conflictos familiares e incluso abuso físico, sexual o psicológico", señala el doctor Alfredo Zúñiga Massieu, director médico de Eating Disorders México, Clínica Sur.

Entre los trastornos de la alimentación sobresalen la anorexia, la bulimia y el trastorno por atracón –también llamado del comedor compulsivo–, y tienen en común una preocupación excesiva por el peso y la figura corporal que influye de forma importante en su autoestima; además, los pacientes no pueden apartar de su mente su relación con la comida y el peso y esto les produce excitación y ansiedad.

Anorexia nervosa o "falta de apetito"

Los pacientes con este trastorno evitan comer por temor a engordar, incluso, dejan de tener hambre. Además, presentan graves alteraciones en la percepción de su cuerpo, pues aunque estén por debajo de su peso normal, en todo momento se ven a sí mismos "gordos". Así, su obsesión por adelgazar los obliga a tomar actitudes extrañas ante la comida: la desmenuzan, la esconden para simular que sí comieron, o incluso, sólo la mastican y la dejan de nuevo en el plato. Este desorden se presenta más entre mujeres que hombres –en una proporción de 9 a 1– y en adolescentes y jóvenes de entre 13 y 16 años.

La pérdida gradual de apetito y la falta de nutrimentos afectan profundamente el funcionamiento del organismo, así, éste debe disminuir sus funciones vitales para ahorrar energía y usarla lo menos posible para sobrevivir. Junto con la desnutrición, la anorexia nervosa trae como consecuencias la disminución de la frecuencia cardiaca y la presión arterial, reduce la masa muscular y la densidad de los huesos (osteoporosis), produce deshidratación severa que se refleja en la resequedad de la piel y la caída del cabello, además ocasiona desmayos, debilidad y fatiga. Todo lo anterior, en términos médicos, se traduce en riesgo de padecer infartos, fracturas, infecciones y daños a los riñones.

Signos de alarma en adolescentes

- Dejan de comer sus alimentos preferidos.
- Se rehúsan a comer con la familia o comen a escondidas.
- Van al baño inmediatamente después de comer.
- Tienen un interés particular en las calorías de los alimentos, los tipos de dieta y las tallas de ropa.

Bulimia nervosa o "hambre de buey"

Uno de los síntomas de este trastorno es el atracón, un episodio en que se ingieren grandes cantidades de comida en muy corto tiempo, sin que el paciente pueda controlarse aun cuando ya está satisfecho. Esto lo lleva a experimentar sentimientos de culpa que harán que los pacientes tengan comportamientos compensatorios como

Mujeres jóvenes, las más vulnerables...

Como se ha mencionado los TA hacen mella principalmente en las adolescentes y personas con una imagen pobre de sí mismas. "Imaginemos lo que significa para una niña recibir casi a diario, a lo largo de su vida, comentarios continuos de que está 'gorda', de que debe comer menos, de que 'así no va a conseguir novio'... esto se convierte en un obstáculo para aceptarse a sí misma, de ahí que su autoestima dependa de si cumple las expectativas de los demás y no las suyas", comenta el doctor Alfredo Zúñiga.

"Lo anterior se agrava cuando la niña entra en la pubertad y ocurren cambios importantes en su cuerpo, como el desarrollo de sus caracteres sexuales secundarios y drásticos cambios hormonales, que ocasionan un desequilibrio emocional que la hacen especialmente frágil", afirma el doctor Armando Barriguete. "En ese momento las adolescentes buscan en el exterior el equilibrio interno que han perdido, lo que las hace más vulnerables a padecer un TA por el simple hecho de buscar aceptación, que es algo innato en todo ser humano", comenta.

Recomendaciones para los padres

- **Explique a sus hijos que no existe una figura corporal perfecta, que hay diferentes biotipos o formas de ser corporales, y que la calidad y el contenido de las personas está más allá que su apariencia.**
- **Coma junto a sus hijos y sirva comidas bien balanceadas dirigidas a toda la familia, sin consentir preferencias sobre tal o cual alimento. Hable con ellos sobre los mitos o comentarios sin fundamento acerca de algunos alimentos, por ejemplo, "el pan engorda", "el chocolate provoca acné". Evite que su familia coma viendo la televisión.**
- **Hable con sus hijos sobre el uso de palabras o ideas que evocan intolerancia: "morenito", "gordo", "chaparro", etc.**
- **Enseñe a sus hijos a ver la televisión de forma crítica, enseñándoles, por ejemplo, que junto con la imagen estética de los comerciales está la intención de vender un producto.**
- **Inculque en sus hijos la práctica de algún deporte, esto fomentará su autoestima y les ayudará a conocerse más a sí mismos, en especial, sus alcances y limitaciones.**

vomitar, laxarse, hacer dietas muy estrictas o hacer ejercicio excesivo para evitar subir de peso. Este desorden también se presenta más entre mujeres que en hombres –aunque en una proporción 7 a 3– y se manifiesta más en personas de entre 16 y 17 años.

Los problemas de salud que produce la bulimia se deben a la ingesta de diuréticos y laxantes, y al acto de provocarse el vómito. Los primeros producen un desequilibrio químico en el organismo, mientras el vómito puede ocasionar inflamación del esófago, además de debilidad y manchas en los dientes por los ácidos gástricos. Todo lo anterior termina por ocasionar úlceras estomacales y pancreatitis.

Trastorno por atracón o "no puedo comer sólo una"

El trastorno por atracón es muy semejante a la bulimia, sin embargo, no se presentan comportamientos compensatorios como vomitar o laxarse. Este desorden está muy relacionado con la obesidad, pues se calcula que una tercera parte de las personas con sobrepeso padece este trastorno. Este problema se manifiesta por repetidos atracones a lo largo del día y durante semanas, que al igual que la bulimia, provocan en los pacientes sentimientos de indefensión y angustia. A su vez, los atracones ocasionan que la persona suba de peso, lo que le produce una preocupación excesiva y baja autoestima. Este trastorno se presenta en mujeres y hombres de todas las edades –en una proporción 6 a 4–.

Los problemas de salud que produce la bulimia se deben a la ingesta de diuréticos y laxantes, y al acto de provocarse el vómito

Los niños no están a salvo...

Un estudio reciente en niños con edad promedio de **10** años señaló que el **60%** estaban preocupados por su cuerpo. Este malestar alarmó especialmente a los psiquiatras porque tiene que ver más con la percepción del niño de su cuerpo que con una enfermedad biológica.

Este mismo estudio señaló que muchas niñas estaban un poco por debajo de su peso normal y algunas ya hacían dieta. En términos generales, en el **90%** de las niñas y el **30%** de los niños la noción del cuerpo ideal era delgado y extremadamente delgado. "Aquí vemos la preocupación de los niños por cumplir patrones externos y la búsqueda de aceptación a partir del cuerpo, no de nuestras acciones y sentimientos, sino de la apariencia", comenta el doctor Armando Barriguete Meléndez.

Dónde pedir ayuda...

- **Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición**
  Ciudad de México
  (01 55) 5487-0900
  barriguete@quetzal.innsz.mx
  www.innsz.mx
- **Eating Disorders México**
  Ciudad de México
  (01 55) 9149-0683
  www.eatingdisorders.com.mx
- **Instituto Nacional de Psiquiatría**
  Ciudad de México
  (01 52) 5655-2811
  www.inprf.org.mx
- **Avalon / Centro de Tratamiento para la Mujer**
  Ciudad de México
  (01 55) 5245-8321
  Mazatlán, Sinaloa
  (01-669) 9-13-22-18
  www.avalon.com.mx

¿Tengo sobrepeso u obesidad?

Existen muchas formas de medir el sobrepeso u obesidad. Una de ellas es mediante el Índice de Masa Corporal (IMC), que relaciona el peso con la altura para una determinada edad y sexo. El IMC es el cálculo clínicamente más aceptado para los adultos, aunque también representa un indicador importante para niños de 6 a 10 años y adolescentes. Por ejemplo, supongamos que una persona pesa 88 kilos y mide 1.72 metros. Al aplicar la siguiente fórmula obtendríamos un IMC de 29.7.

$$IMC = \frac{\text{peso}}{\text{estatura x estatura}} = \frac{88}{1.72 \times 1.72} = 29.7$$

Este valor y el siguiente cuadro permiten identificar la condición de peso. En el ejemplo anterior, la persona tiene sobrepeso, debido a que su IMC se ubica entre 25 y 29.9.

Condición de peso	Índice de masa corporal (IMC)
Bajo peso	menor a 18.5
Normal	entre 18.6 y 24.9
Sobrepeso	entre 25.0 y 29.9
Obesidad moderada	entre 30.0 y 39.9
Obesidad extrema	mayor a 40

Si usted desea saber cual es su índice de masa corporal, en nuestro sitio de internet http://www.profeco.gob.mx encontrará una calculadora que le dará el resultado con sólo capturar su peso y estatura.

Fuente Dirección General de Estudios sobre Consumo, Profeco.

Los problemas a la salud del comedor compulsivo están estrechamente ligados con el sobrepeso, como la presión arterial alta, enfermedades cardiovasculares debido al aumento de colesterol y triglicéridos en la sangre, diabetes secundaria, e hiper o hipoglucemia (es decir, aumento o disminución de glucosa en la sangre).

Una batalla con muchos frentes

Ya que los TA se deben a muchos factores, el tratamiento debe ser prácticamente exclusivo de cada paciente –a partir de su diagnóstico y evaluación– e involucrar a varios especialistas que tratarán el problema desde el aspecto emocional (psiquiatras, psicólogos), físico (nutriólogos, endocrinólogos) y familiar.

Al respecto, los especialistas recomiendan a los padres estar bien informados y poner atención en algunos signos de alarma (véase recuadro), sobre todo, si son padres de mujeres en la adolescencia o pubertad. Además, el diagnóstico debe ser realizado por un especialista en TA, de lo contrario sólo daría lugar a un tratamiento inadecuado que podría poner en riesgo la vida del paciente.

Fuentes Entrevistas con José Armando Barriguete Meléndez, especialista en trastornos de alimentación del Instituto Nacional de Ciencias Médicas y Nutrición "Salvador Zubirán" y con Alfredo Zúñiga Massieu, director médico de Eating Disorders México, Clínica Sur • People Magazine Service, "La presión por ser perfectas", en *Reforma*, jueves 29 de julio de 2004 • "Trastornos de alimentación: ¿una verdadera epidemia?" en www.mifarmacia.es • www.psicologia-online.com

¿Bueno?
sí, también bonito y barato

Teléfono del Consumidor

En el D.F., 5568-8722 y 01-800-468-8722, larga distancia sin costo desde cualquier lugar de la República.
Con 60 líneas a su disposición todos los días del año*.

El servicio personalizado que le brinda información sobre precio y calidad de productos, además:

- Orientación sobre quejas y denuncias
- Asesoría y orientación jurídica
- Ubicación de las oficinas de **Profeco** en todo el país
- Información sobre los Ángeles Blancos de **Profeco**
- Resultados de los estudios de calidad del Laboratorio **Profeco**
- Información sobre quién es quién en el envío de dinero desde Estados Unidos a México
- Suscripciones a la *Revista del Consumidor*
- Información sobre organizaciones de consumidores

Porque al que no habla no se le oye...
¡utilice el Teléfono del Consumidor!

* De lunes a viernes de 8:00 a 19:00 hrs.
Sábados y domingos de 10:00 a 18:00 hrs.

Profeco
Procuraduría Federal del Consumidor

El pan

Mitos y realidades

Por Alejandra Sánchez Plascencia

Acompáñenos a desmoronar un crujiente bolillo o, si lo prefiere, una aromática hogaza, y olvídese de que el pan engorda y no alimenta. Conozca los mitos que giran en torno al pan, para que lo disfrute sin cargo de conciencia...

Foto José Rodríguez

Sea cual sea el pan de su preferencia, nadie puede negarse a sus bondades: se puede comer a cualquier hora del día, se lleva bien con todos los alimentos, es muy sabroso y casi siempre lo encuentra recién horneado en la panadería más cercana a su domicilio.

Sin embargo, a pesar de ser sabrosísimo y nutritivo, al pan se le ha puesto el estigma de ser "engordador", y se le excluye de la dieta (de quien hace algún tipo de dieta) casi sin miramientos. ¿Es necesario?

Los mitos

El pan engorda. Es verdad, pero sólo si su consumo y el de los demás alimentos de su dieta exceden los requerimientos energéticos del cuerpo. Por ejemplo, 100 gramos de pan blanco tienen en promedio unas 250 calorías, pero estas calorías engordan menos que las 250 contenidas en 35 gramos de mantequilla o margarina debido a que la grasa de los alimentos se acumula más fácilmente en el organismo que los hidratos de carbono que contiene el pan.

Tenga en cuenta que el pan es rico en nutrientes energéticos, así que al consumirlo con mantequilla, mermelada, etc., aumentará considerablemente su valor energético. Sin embargo, por sí mismo, el pan no es causante directo del aumento de peso.

El pan no es nutritivo. El principal componente nutritivo del pan es el almidón, un hidrato de carbono complejo que proporciona energía al organismo. También contiene pequeñas cantidades de grasa, otro nutriente energético. El grano de trigo tiene proteínas vegetales, vitaminas del grupo B (tiamina, riboflavina, piridoxina y niacina) y minerales (fósforo, magnesio y potasio). El pan de trigo aporta cantidades importantes de gluten, una proteína cuyo valor nutritivo es comparable a la del pescado o el huevo, si se consume acompañado de legumbres o alimentos de origen animal, como queso y leche.

La masa congelada tiene conservadores. La masa para elaborar algunos panes como las chapatas, los baguetines

Tipos de pan en México

Los panaderos mexicanos elaboran dos tipos básicos de pan salado:

Pan blanco o tipo francés. Contiene harina de trigo refinada, sal, agua y levadura. Los panes clásicos de esta línea son los bolillos, teleras, pambazos, figura española (cuernos, cañones), baguette, zeppelín, bollos y pan de caja o molde.

Pan rústico. Son panes poco "detallados" que tienen una costra (cubierta) muy gruesa. Debido a que la masa se deja fermentar durante más tiempo, el pan tiene sabor y aroma excelentes. Esta línea comprende panes integrales, campesinos y hogazas.

Foto Archivo

El valor nutritivo del centeno es muy parecido al del trigo

Foto www.snakeskin.com

La diosa del trigo

Démeter, diosa del trigo y la fertilidad de la tierra, era honrada por los griegos, para quienes el cultivo del trigo era muy importante. Cuenta la leyenda que Hades, el dios del infierno griego, se enamoró de Perséfone, hija de Démeter, y la raptó. Démeter buscó a su hija durante nueve días, y al no encontrarla pidió ayuda a los dioses. Helios, el sol, que todo lo ve desde la alturas, le dijo lo que había pasado. Démeter, enfurecida, decidió no volver a hacer que la tierra floreciera mientras no encontrara a su hija, por lo que Zeus, el padre de todos los dioses, le ordenó a Hades que dejara libre a Perséfone. Sin embargo, como la joven diosa ya estaba en proceso de transformarse en esposa de Hades, se le permitió acompañar a su madre con la condición de volver al infierno tres meses al año. Por eso, cuando llega el invierno (cuando Perséfone se va con Hades), Démeter entristece y la tierra se vuelve estéril. Durante ese tiempo, el trigo no crece.

Los mexicanos consumimos en promedio 318 piezas de pan al año

Sabía usted que...

- **Salvo la elaboración del pan de caja, y la mezcla de ingredientes, el hombre no ha inventado una máquina que sustituya la elaboración artesanal de pan.**
- **El pan se puede elaborar porque las proteínas del trigo (gluten) se hidratan y expanden.**
- **La calidad del pan está determinada en gran medida por la calidad de los ingredientes, y la cantidad y el periodo de maduración del gluten.**

Foto José Rodríguez

En nuestro país hay 42,600 panaderías

El pan integral

En el siglo XVIII se dio un cambio importante en la forma de hacer pan: la mayoría de los molinos, que tenían muelas de piedra, las sustituyeron por cilindros de acero. Fue así que los molineros comenzaron a obtener harinas refinadas, muy blancas, puesto que estaban compuestas de almidón, que es la parte central del grano. Actualmente se sabe que la fibra contenida en la cáscara del grano favorece el movimiento intestinal, con lo que se combate el estreñimiento.

Los panes integrales y los elaborados con cereales son los más ricos en fibra. Algunos tipos de pan integral son:

Pan tipo alemán o negro. **En su elaboración se utiliza harina de centeno integral y en menor cantidad harina de trigo blanca, por lo que es poco esponjoso y muy compacto.**

Pan de salvado. **Se elabora con harina de trigo integral y blanca, y se le añaden fragmentos de salvado. Tiene más fibra que el pan blanco y similar cantidad de nutrientes.**

Pan de centeno. **Es un pan compacto con poca miga y menos esponjoso que el pan de harina de trigo, pues se elabora con harina de centeno, que tiene menos gluten.**

Pan de maíz. **Se elabora con harina de maíz y no contiene gluten (que se encuentra en el grano del trigo, la avena, la cebada, el centeno). Este pan es ideal para quienes padecen intolerancia al gluten.**

Foto Archivo

La panadería: un antiguo oficio

La agricultura ha sido fundamental para el desarrollo de las civilizaciones. El cultivo de cereales como el trigo, el centeno, la cebada y la avena (en las antiguas culturas de Babilonia y Egipto, Roma y Grecia), el arroz (en India, China y Japón) o el maíz (en la América precolombina) exigió del hombre el conocimiento de métodos de conservación, así como el mejoramiento del sabor de los granos a través de la refinación.

Las primeras gramíneas utilizadas para hacer pan fueron la cebada, el mijo, el centeno y la avena, y posteriormente el trigo que, junto con el maíz y el arroz, han sido la base de nuestra alimentación.

Foto Archivo

En México, el consumo *per cápita* anual de pan blanco y dulce es de 26 kg

e incluso bolillos se conserva en congelación. Las empresas que producen esta masa la transportan en congeladores a las panaderías, en donde se cuece y se expende como pan recién horneado. Hay casos en los que los panes se conservan precocidos, y una vez que llegan a la panadería les dan un segundo tiempo de cocimiento. Ambos métodos hacen innecesario el uso de conservadores.

El pan negro es de harina oscura. El color oscuro del pan se debe, en parte, a que se elabora con harina de centeno o de trigo integral (aunque también tiene harina blanca), y más aún si se le añade salvado, linaza, etc.; sin embargo, el color oscuro del pan integral se debe que se le añade colorante vegetal.

El pan integral no tiene harina blanca. No se puede prescindir de la harina blanca porque contiene dos proteínas que al combinarse con el agua le otorgan estructura y elasticidad al pan (llamada malla, en el argot panadero). La harina integral de trigo contiene ambas proteínas, sin embargo, la molienda no permite aprovechar tales características. Además de harina de trigo o de centeno integral, al pan rústico se le agrega (aunque en menor cantidad) harina de trigo refinada.

La harina refinada no es nutritiva. El contenido de nutrientes de la harina de trigo refinada depende del grado de extracción de la harina durante la molienda. La harina de trigo refinada tiene menos valor nutritivo que la integral, sin embargo, suele enriquecerse con vitaminas y minerales y además se le añaden otros ingredientes, por lo que su valor nutrimental aumenta.

Fuentes Cámara Nacional de la Industria Panificadora (Canainpa) • Gary Salazar Silva, chef en panadería, especialista en pan francés e instructor de la Cámara Nacional de la Industria Panificadora y Similares de México (Canainpa) • *Cuadernos de nutrición*, vol. 22, núm. 2, 1999, y vol. 14, núm. 4, 1991 • www.consumer.es

Una llave para la convivencia

¿Qué es la tolerancia?

Como en la naturaleza, la diversidad existe en las personas, quienes debiéramos formar una gran familia en la que no existieran rechazos por nuestras diferencias... ¿Sabías que la tolerancia es la clave para comprender por qué los demás son "diferentes"?

Por Luis Amador

Cuando tu maestro pasa lista en la escuela te darás cuenta de que tus compañeros son muy diferentes: los hay altos, simpáticos, gorditos o con el cabello rizado; y los hay que usan lentes o los que prefieren el futbol o la lectura. Y ni se diga cuando se trata de güeritos o morenos, o de pertenecer a una u otra clase social... Aunque no lo creas, tu grupo es una muestra de la diversidad de personas que puedes encontrar en el mundo a lo largo de tu vida.

Tolerancia en la red...

Puedes visitar algunas páginas en internet en donde hay juegos y actividades para que aprendas a ser tolerante:

- www.unesco.org/tolerance/
- www.tolerance.org/101_tools/101_tools_espanol.pdf
- www.educared.net/primerasnoticias/hemero/2001/nov/ soci/toleran/toleran.htm
- www.livingvalues.net/espanol/valores/tolerancia.htm

Ahora bien, la diversidad por sí misma a veces es motivo de conflicto; por ejemplo, en la escuela es común que los más grandes molesten a los pequeños o que todos se burlen del más gordito o del niño que no puede hablar bien. Y si esto crece como bola de nieve, es fácil imaginar la batalla campal en que se convertiría el salón de clases, pues aunque no lo creas, la intolerancia es el origen de muchos conflictos que, a fin de cuentas, conducen a la violencia. ¿Por qué crees que a un nivel muchísimo mayor se dan las guerras entre diversos países?

¿Por qué pasa esto? Porque las personas distintas a nosotros nos dan miedo, pues creemos que nos pueden hacer daño. Porque no sabemos compartir las cosas con otros. Porque somos impacientes con los niños pequeños o con los que no saben jugar. Es difícil que un niño intolerante tenga amigos, mucho menos que pueda jugar o divertirse.

Sólo la tolerancia nos puede salvar de la violencia. La tolerancia nos permite escuchar a las otras personas y tener paciencia con los que son diferentes a nosotros. La tolerancia te permitirá conocer a muchas personas de todas las edades y tener un montón de amigos en todas partes.

Por lo anterior, ¿no crees que conviene más ser tolerante? ¿Qué tal si como propósito de Año Nuevo te propones ser tolerante con los que son diferentes?

¿Cómo puedes ser más tolerante?

- Nunca juzgues a los demás por su apariencia física, por sus preferencias o por su religión.
- Evita etiquetar a las personas con ideas como "los gorditos son graciosos" o "los morenitos son pobres".
- Llama a las personas por su nombre, no por su apodo.
- Si ves que por algún motivo los demás abusan de un niño, avísale al profesor, y en todo caso, no te sumes al abuso.
- Escucha a tus compañeros cuando te cuenten un problema.

Envíenos sus experiencias relacionadas con la contratación de servicios y la compra de productos a Av. José Vasconcelos 208, piso 14, colonia Condesa, C. P. 06140, México, D. F., o a **rconsumidor@profeco.gob.mx.** No olvide incluir su nombre completo y una dirección o número telefónico donde podamos ponernos en contacto con usted.

Consumidor en acción

En marzo del año pasado recibí una llamada del señor Darío Coronel, representante de ventas de la compañía AT&T, para ofrecerme el servicio de internet. Aunque ya tenía contratado un servicio de conexión a internet con otra compañía, quise comparar servicios y realicé la contratación.

Decidí cancelar el servicio de AT&T, y cuando me llamaron el 31 de mayo para cobrarme la mensualidad solicité la cancelación, pero me dijeron que en ese momento no era posible hacerla, que tendría que esperar al corte; no me sonó lógico pero les pedí que tomaran nota para que, llegado el momento, hicieran la cancelación.

El 16 de julio me llamaron de nuevo para solicitar mi pago, y cuando les recordé mi solicitud de cancelación, me dijeron que no se había registrado. Aunque el servicio ya estaba suspendido, decidí pagar los 184 pesos que debía y así quedar al corriente para poder solicitar la cancelación. Me hicieron el cargo y me transfirieron con el señor Mario Hernández, quien se empeñó en venderme otros servicios cuando yo lo único que quería era cancelar.

Un mes después me percaté, a la hora de recibir mi estado de cuenta, de que AT&T me había hecho un doble cargo, y cuando les llamé para reclamar me dijeron que yo autoricé esos cobros y que revisarían mi caso.

Cansado de la situación escribí a su revista para que me recomendaran qué hacer. Ustedes me respondieron de forma inmediata con un trato cordial, pero sobre todo interesados realmente en mi problema. Me asesoraron y me dijeron que podía acudir a presentar una queja formal. Afortunadamente, gracias a las herramientas que me dieron no fue necesario hacerlo, y pude terminar mi relación contractual con AT&T.

Quizá 184 pesos no sean mucho, pero reclamé mi reembolso hasta que lo obtuve para que las grandes compañías sepan que los consumidores debemos ser respetados, y que tenemos el derecho de ser tratados como personas, no como un número más.

Ricardo L. Domínguez García

Nos complace que la asesoría recibida le haya ayudado a resolver su problema con AT&T sin necesidad de presentar su queja; no cabe duda de que un consumidor bien informado es el mejor defensor de sus derechos.

A todos nuestros lectores:
Les recordamos que esta sección es un espacio para que los consumidores compartan sus experiencias de consumo con los demás lectores. La Revista del Consumidor *no tiene las facultades legales para intervenir en la solución de los problemas que se plantean, pero sí para brindar a los lectores la asesoría necesaria para que, a través de las instancias correspondientes (delegaciones* **Profeco**, *Condusef, Conamed, etcétera), resuelvan los conflictos que enfrentan con proveedores y prestadores de servicios.*

"Denme señal"

Por favor, urge que den a conocer en su revista los derechos y obligaciones que tenemos los usuarios de teléfonos celulares, así como la normatividad y los reglamentos que regulan este servicio. Esto es con la finalidad de que uno pueda consultarlos en caso de fallas, deficiencias o cobros indebidos, pues las razones que dan en los centros de atención telefónica o personalizada parecen meras tomadas de pelo, y los usuarios tenemos que dar como válidos los argumentos que dan las personas que atienden las quejas, sin estar seguros de que lo que nos dicen es cierto.

Por ejemplo, en octubre pasado hice varias llamadas al canal televisivo de Sonora Telemax, pero no pude comunicarme nunca porque el número estuvo ocupado. Sin embargo, una de las llamadas indicó una duración de tres segundos, cuando llamé al *264 para preguntar, me dijeron que desde el momento en que un aparato llama, aunque el otro número esté ocupado, ya se está consumiendo tiempo aire.

Ese mismo mes hice una llamada que duró 44 segundos, pero al ver el registro del tiempo de llamada en mi aparato apareció con una duración de 11 minutos y 45 segundos. En el *264 me dijeron que en sus registros aparecía una duración de 12 minutos y cuando les di el número de celular al que llamé, confirmaron que aparecía una llamada recibida de 12 minutos.

Acudí al centro de servicio para aclarar la situación, y después de una espera de más de una hora me dijeron lo mismo que en el *264, pero que iban a revisar mi caso, pues tenían otra manera de checar sus registros a través de sus técnicos en informática.

Cabe preguntarse, ¿y si no me hubiese dado cuenta? Pues me habrían birlado 47 pesos, casi la mitad de una tarjeta de 100 pesos. ¿Cuántas veces habrá pasado esto conmigo o con otros usuarios? Creo que en la medida en la que estemos informados, haremos un manejo más eficiente de nuestros celulares y podremos defendernos de los abusos.

César Téllez Velázquez

La información que usted solicita fue publicada en nuestro número de noviembre de 2004. En ese artículo describimos en qué consiste el Plan Técnico Fundamental de Calidad de las Redes de Servicio Local Móvil de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel). Con este plan, las centrales de las empresas donde se registra la información al hacer una llamada (quién llama, quién contesta, si entró la llamada, cuánto duró, etc.) deben medir la calidad del servicio de manera automática y reportarlo a Cofetel.

Algunos de los indicadores de calidad que las empresas tendrán que cumplir son los porcentajes máximos de llamadas no completadas y llamadas caídas (interrumpidas). Además, en materia de información y atención al usuario deben otorgar a sus clientes mapas de cobertura, descripción de los servicios, información de tarifas y contar con un sistema de atención telefónica disponible las 24 horas, con un tiempo de espera no mayor a 10 segundos, y 30 cuando el consumidor elija hablar con un representante.

Los indicadores de calidad y la información al usuario pueden ser consultadas en el sitio en internet de Cofetel: www.cofetel.gob.mx

Independientemente de lo anterior, usted puede presentar su queja ante Profeco por cualquier cobro indebido o inconformidad referente a sus servicio de telefonía celular; llame al Teléfono del Consumidor: 01-800-468-8722.

En nuestro próximo número

Foto Archivo

BLINDADO CONTRA LLUVIAS

¿Se acuerda de las goteras que lo atormentaron la pasada temporada de lluvias? Para que eso no le vuelva a suceder este año, los expertos de nuestro Laboratorio le dicen cuáles son los impermeabilizantes acrílicos que evitarán que usted cante bajo la lluvia.

Foto José Rodríguez

ABSORCIÓN Y COMODIDAD

En esta ocasión nuestro Laboratorio se puso a analizar dos productos necesarísimos: pantiprotectores para la higiene y comodidad de la mujer moderna, y pañales para adultos, para quienes padecen problemas de incontinencia. En ambos casos, absorción y comodidad ante todo.

Foto Archivo

AUTOS EN RENTA

Al viajar, ya sea por placer o negocios, puede resultar más práctico y económico rentar un auto para trasladarse dentro del destino que se visita. En esta radiografía de los servicios le decimos cuándo le conviene y qué debe considerar para elegir la mejor opción.

Foto Archivo

EL SEXO ESTÁ EN EL AIRE...

...y en la calle, los espectaculares, cines, revistas, internet y prácticamente en todos lados. En este artículo abordaremos el tema del sexo como un objeto de consumo explotado por muchas industrias, no sólo la pornográfica, y le diremos por qué nos atrae tanto.

La *Revista del Consumidor*, publicada mensualmente por la Procuraduría Federal del Consumidor (Profeco), está destinada a informar y a orientar sobre temas de consumo. Información sobre suscripciones, ventas y contratación de espacios para mensajes institucionales en al teléfono 5553-0574. El contenido de los artículos firmados no necesariamente refleja la opinión de la revista ni de Profeco: se incluyen a partir de nuestros principios editoriales de búsqueda de pluralidad y diálogo entre corrientes de opinión. Está permitida la reproducción de los estudios del Laboratorio y/o los análisis de precios en cualquier otro medio que apoye la intención de informar a grupos más amplios de la población. No se autoriza la utilización de la información publicada en la revista con fines publicitarios o comerciales.
Los análisis de precios y los sondeos de preferencias de los consumidores se publican como una referencia válida para las fechas indicadas en cada caso y son independientes de las acciones de verificación y otras que Profeco lleve a cabo en el cumplimiento de sus funciones.
Certificado de licitud de título núm. 1127 y de contenido núm. 639, expedidos por la Comisión Calificadora de Publicaciones y Revistas Ilustradas el 30 de abril de 1981. Se reservan todos los derechos respecto del título de esta publicación conforme a la Unión Internacional de Derechos de Autor. Registrada como correspondencia de Segunda Clase por la Dirección General de Correos, con el número PP09-0336. Características 218621140. Distribución nacional. Impreso en los Talleres Gráficos de México, Canal del Norte 80, colonia Felipe Pescador, C. P. 06280, México, D. F. Editora responsable: Mónica Braun. Tiraje: 70,000 ejemplares.

Contigo es posible

Antes de contratar algún servicio
de telecomunicaciones,
infórmate con los concesionarios.

EN TELECOMUNICACIONES TÚ DECIDES.

SECRETARÍA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES | SCT

El gobierno del cambio cumple.
www.sct.gob.mx

Alerta al consumidor

CUIDADO con los siguientes

productos y prácticas comerciales

Falso “Profeco” en internet

www.profeco.com.mx usa engañosamente nuestro nombre

Juguetes peligrosos

Las armas de “juguete” pueden ocasionar heridas graves

Trampa con notarios públicos

Los productos “certificados” por notarios públicos no necesariamente funcionan

Fraudes con el 9

Las llamadas que lo engañan para obtener el número de su tarjeta de crédito

Busque la información completa en la página 12

0 10722 58187 9 00335

Exhibir hasta el 31 de enero de 2005

Platillo Sabio Profeco

Soufflé de pollo

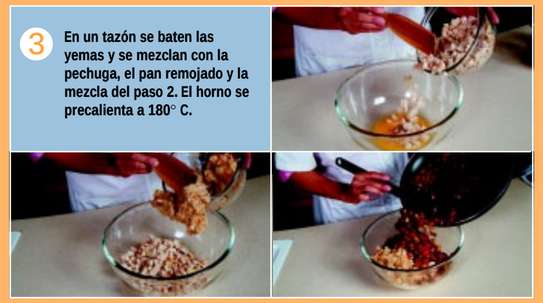
Ingredientes (6 raciones)

Preparación

1 **Los bolillos se ponen a remojar en la leche para que se suavicen.**

2 **Mientras tanto, en el aceite se acitrona la cebolla y luego se añaden el apio, el pimiento y los champiñones; se sofríen hasta que se consuma el líquido de los hongos. Se sazona con sal, pimienta y páprika. Reserve y deje enfriar.**

3 **En un tazón se baten las yemas y se mezclan con la pechuga, el pan remojado y la mezcla del paso 2. El horno se precalienta a 180° C.**



4 **Aparte, en otro tazón, se baten a punto de turrón las 3 claras de huevo y se añaden a toda la mezcla, revolviendo cuidadosamente con movimientos envolventes con una cuchara de madera o una espátula de hule para que no se bajen las claras.**

5 **Se vacía en un molde previamente engrasado con la margarina.**

Para la salsa se licuan:

- **1** cucharada de jugo de limón
- **1** cucharada de vinagre
- **90** ml de aceite de oliva
- **1/2** cucharadita de sal
- **1/8** de cucharadita de pimienta
- **1** cucharadita de salsa inglesa
- **1/4** de cucharadita de páprika
- **1/8** de cucharadita de sal de ajo
- **1/4** de cucharadita de azúcar

6 **Se hornea de 50 a 60 minutos o hasta que se dore y al introducir en medio del *soufflé* un cuchillo, éste salga limpio. Se sirve inmediatamente acompañado de la salsa.**

Aporte nutrimental por ración

Kilocalorías	**421**
Proteína	**18 g**
Grasa	**26 g**
Colesterol	**125 mg**
Fibra dietética	**2 g**

Fotos José Rodríguez
Fuente Nutrióloga María Rosa Ochoa Camposeco

Oh la la soufflé

Este platillo se distingue porque al mezclar diferentes ingredientes, ya sea salados o dulces, con claras de huevo batidas a punto de turrón, adquiere una consistencia esponjosa. La preparación clásica de este **platillo de origen francés** consiste en elaborar una salsa blanca con los ingredientes elegidos y las yemas, y después incorporarle las claras. Este **Platillo Sabio Profeco**, sin embargo, además de aprovechar alimentos como el pan frío, es fácil de preparar y tiene un mayor aporte nutrimental. Para variar el sabor puede sustituir el **pollo** por **queso** o **pescado** y agregarle las **verduras** que prefiera. ¡Que lo disfrute!

Pimiento morrón

Es el fruto de la planta herbácea de la familia de las *Solanáceas (Capsicum annuum).* Estos frutos huecos, de apariencia cónica y piel brillante son ricos en vitamina C y, en menor cantidad, de vitamina A, potasio y vitamina E. Elija los que tengan un color intenso verde, amarillo o rojo, según la variedad. También deben tener una apariencia limpia y brillante, de piel tersa (como si fuera de cera), textura firme y tallo verde y rígido. Considere que un kilogramo de pimientos frescos, después de asados, pelados y limpios, se reducen a unos 350 gramos.

Páprika

La **páprika**, también conocida como **pimentón**, es un condimento en polvo que se obtiene de la molienda de chiles pimientos secos, a los cuales previamente se les han retirado las semillas. Se utiliza mucho como **sazonador** de embutidos, como chorizo y longaniza.

Pechuga de pollo

La pechuga de pollo se clasifica como **carne blanca** debido a su bajo contenido de grasa. Aunque se consuma con piel **contiene menos grasa y colesterol**, con respecto a otras piezas del pollo. Por ejemplo, **100 g** de pollo promedio tienen **15.1 g** de grasa total y **75 mg** de colesterol, mientras que la pechuga con piel contiene **11.1 g** y **67 mg** respectivamente. De preferencia, **consúmala sin piel**. También es conveniente retirar la grasa superficial de los caldos de pollo, o bien hervir el pollo sin piel.

A punto de turrón

Para que las claras de huevo "suban" adecuadamente al momento de batirlas, es importante dejar los huevos **a temperatura ambiente** previamente, en caso de que estén en el refrigerador. Al preparar un ***soufflé*** es conveniente **añadir una yema de huevo menos** que las claras a utilizar, es decir, si la receta lleva 3 claras, incluya sólo dos yemas.

Consejos dulces y picantes

La **páprika** puede ser de sabor picante o dulce y la intensidad de su color también es variable. Para sazonar carne es recomendable mezclar el pimentón dulce con el picante. Si va a capear filetes de pescado, añada a la harina un poco de páprika, ¡quedarán exquisitos! Espolvoree páprika a las papas antes de freírlas, así adquirirán un atractivo color dorado, además de muy buen sabor.

Jabón de avena

Fotos José Rodríguez

Ingredientes

Utensilios

Sabía usted que…

Hasta el día de hoy, no existe remedio más eficaz para evitar el mal olor que el baño. Por cierto, la palabra limpio proviene del latín *límpidus*, que a su vez se originó en *lympha*, que significa agua, en especial "clara y cristalina".

Recomendaciones

- Al poner los ingredientes en baño maría use agarraderas o guantes.
- Use moldes si desea hacer jabones de figuras. Recuerde que entre más grande sea el molde, mayor tiempo de secado requiere.
- A los jabones se les puede añadir aceite esencial de su aroma preferido (se adquiere en tiendas de esencias o farmacias grandes).

Envasado y conservación

Cuando los jabones se sequen y se enfríen, se envuelven individualmente con papel celofán, o bien, se guardan todos en un recipiente bien cerrado. No olvide colocar una etiqueta con el nombre del producto, la fecha de elaboración y la de caducidad. Deben conservarse en un lugar limpio y seco.

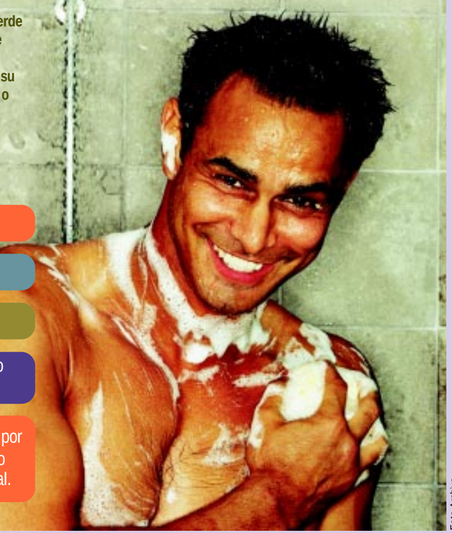


Foto Archivo

Rendimiento: 12-15 piezas

Tiempo de preparación: 1 día

Caducidad: 3 meses

Modo de uso: Este producto se puede usar tanto para el cuerpo como para la cara.

Beneficio: Al elaborar usted mismo sus jabones por medio de esta tecnología podrá obtener un ahorro hasta del 40% con respecto al producto comercial.

Procedimiento

1

Dos horas antes de empezar la elaboración del jabón, en la olla de 2 litros se pone a remojar la avena en la leche.

2

En el tazón se vierten las 3 cucharadas de agua y el jabón rallado. En la olla para baño maría se pone a calentar agua y cuando empiece a hervir, el tazón se pone a calentar a baño maría. La mezcla se revuelve constantemente con la palita hasta que adquiera una consistencia pastosa; enseguida se apaga el fuego, sin retirar el tazón del baño.

3

La leche con avena se pone a calentar a fuego medio, sin dejar de mover, y cuando alcance una temperatura tal que se soporte con la yema del dedo, se agrega la pasta de jabón.

4

La mezcla estará lista cuando adquiera una consistencia espesa y al moverla se pueda ver el fondo de la olla.

5

Inmediatamente se vacía la pasta a la charola para comenzar a formar los jabones con las manos; la pasta debe estar aún caliente, pero debe ser tolerable al tacto.

6

Los jabones se dejan secar sobre la charola durante una noche aproximadamente.

Fotos Jose Rodríguez

Fuente Ingeniera en alimentos Claudia Islas García, Dirección de Educación para el Consumo, **Profeco**
• **Validación** Maestro en Ciencias Miguel Ángel Meza Vudoyra